

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME

PAR
MARIE SERRE

TOURISME ET RENOUVEAU CULTUREL AUTOCHTONES :
LE CAPTEUR DE RÊVES DANS LA COMMUNAUTÉ
HURONNE-WENDAT DE WENDAKE

AOUT 2011

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

MAITRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME (MA.)

Programme offert par l'Université du QUÉBEC A TROIS-RIVIERES

**TOURISME ET RENOUVEAU CULTUREL AUTOCHTONES :
LE CAPTEUR DE RÊVES DANS LA COMMUNAUTÉ
HURONNE-WENDAT DE WENDAKE**

PAR

MARIE SERRE

Marie Lequin, directrice de recherche

Université du Québec à Trois-Rivières

Gilles Pronovost, évaluateur

Université du Québec à Trois-Rivières

Thibault Martin, évaluateur

Université du Québec en Outaouais

MÉMOIRE DÉPOSÉ le 26 août 2011

Sommaire

Ce mémoire de maîtrise porte sur les modalités d'influence entre tourisme et renouveau culturel autochtones au Québec. La recherche concerne plus spécifiquement le phénomène de touristification du capteur de rêves, un objet amérindien, à l'origine étranger aux cultures des Première Nations de la Province, et qui est, aujourd'hui, un produit phare de l'industrie touristique autochtone. Retraçant les étapes de l'émergence de cet objet et de sa transformation en produit touristique dans la communauté huronne-wendat de Wendake, la présente étude s'intéresse aux enjeux socioculturels, socioéconomiques et identitaires qui s'y trament et le comment. L'objectif est de mettre en lumière en quoi ce phénomène témoigne d'un renouveau culturel, en termes d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité. Et, dans une perspective globale du phénomène, l'objectif est également de rendre compte de la perception qu'en ont les différents acteurs impliqués, à savoir les travailleurs touristiques et la population locale autochtones, ainsi que les touristes. Cette enquête s'appuie sur des observations directes, de l'analyse documentaire et de 27 entrevues semi-dirigées. Les résultats de cette recherche révèlent que ces dynamiques d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité ont conjointement donné lieu et sens au phénomène de touristification du capteur de rêves à Wendake, mais également que celui-ci a contribué au renouveau culturel de cette communauté. Enfin, il apparaît qu'au travers du produit « capteur de rêves » qui leur est proposé, les touristes décodent, eux, davantage l'entrée des Hurons dans la modernité qu'un désir chez ces derniers de s'affirmer.

Table des matières

Sommaire.....	ii
Liste des tableaux	v
Liste des figures	vi
Remerciements	vii
Introduction	1
CHAPITRE I – PROBLÉMATIQUE.....	10
1.1 Situation actuelle des Premières Nations et les défis contemporains à relever.....	11
1.2 Portrait du tourisme autochtone du Québec.....	18
1.2.1 Émergence de l'industrie touristique autochtone au Québec.....	19
1.2.2 L'industrie touristique autochtone aujourd'hui.....	22
1.3 Le produit « capteur de rêves ».....	25
1.4 Question de recherche.....	30
CHAPITRE II – CADRE CONCEPTUEL.....	33
2.1 Le tourisme : un système tripartite.....	34
2.1.1 Le touriste et sa culture.....	36
2.1.2 L'hôte et sa culture.....	39
2.1.3 Le secteur touristique.....	43
2.1.4 Lacunes relevées et postulats de recherche choisis.....	47
2.2 Le paradigme de l'invention de traditions	49
2.2.1 La thèse d'Eric Hobsbawm.....	50
2.2.2 La réception du concept en anthropologie.....	51
2.2.3 La notion d'authenticité.....	55
2.2.4 Le rôle du chercheur	57
2.3 Cadre conceptuel et questions spécifiques de la recherche.....	59
CHAPITRE III – CADRE MÉTHODOLOGIQUE.....	64
3.1 Le choix d'un terrain d'enquête : la communauté de Wendake.....	65
3.2 La collecte de données.....	69
3.2.1 L'analyse documentaire.....	70
3.2.2 L'observation directe.....	71
3.2.2 L'entrevue semi-dirigée.....	71
3.2.3 La population à l'étude.....	74
3.3 Considérations techniques et éthiques.....	84
3.4 Outils d'analyse des données recueillies.....	85
CHAPITRE IV – RÉSULTATS.....	88
4.1 Les étapes du processus de touristification du capteur de rêves.....	90
4.1.1 L'origine du capteur de rêves au Québec.....	91
4.1.2 Le développement commercial du capteur de rêves : un effet de mode.....	96
4.1.3 La touristification du capteur de rêves : une stratégie économique.....	99

4.2	Touristification et liens symboliques au passé.....	111
4.2.1	Le commerce : une tradition huronne.....	112
4.2.2	Le tourisme ou la perpétuation d'une tradition d'accueil et de partage.....	120
4.2.3	Une réappropriation hétérogène de la Culture et de l'Histoire dans le secteur touristique.....	126
4.2.4	Artisanat et renouveau culturel.....	129
4.3	Les travailleurs touristiques : réappropriation symbolique du capteur de rêves.....	131
4.3.1	L'authenticité du capteur de rêves : une question de fabrication.....	131
4.3.2	Liens au passé et usages du capteur de rêves chez les travailleurs touristiques.....	137
4.3.3	Réappropriation et mise en tourisme du capteur de rêves.....	143
4.3.4	Le capteur de rêves : un produit autochtone.....	149
4.4	Les travailleurs touristiques : enjeux de la touristification du capteur de rêves.....	157
4.4.1	Enjeux de revalorisation culturelle interne.....	158
4.4.2	Enjeux de revalorisation culturelle externe.....	161
4.4.3	L'enjeu économique.....	170
4.5	La population locale : perceptions et opinions.....	174
4.5.1	Les habitants de Wendake : réappropriation symbolique du capteur de rêves.....	174
4.5.2	Les habitants de Wendake et la touristification du capteur de rêves.....	178
4.5.3	Touristification et réappropriation du capteur de rêves : influences et retombées.....	189
4.6	Les touristes : perceptions et opinions.....	194
4.6.1	Typologie des « touristes-consommateurs » du capteur de rêves.....	195
4.6.2	Les touristes et le capteur de rêves.....	200
4.6.3	Les touristes et la touristification du capteur de rêves.....	206
	Discussion générale	223
	Conclusion.....	232
	Références	241
	Annexe.....	249

Liste des tableaux

Tableau 1 : Classification des activités touristiques en milieu autochtone	23
Tableau 2 : Critères d'inclusion et d'exclusion de l'échantillonnage de population	75
Tableau 3 : Canevas d'entrevue	85

Liste des figures

Figure 1 : Photographie de boucles d'oreilles « capteur de rêves » boutique Le Huron, Wendake.....	103
Figure 2 : Photographie de portes-clés « capteur de rêves » boutique Le Huron, Wendake.....	103
Figure 3 : Photographie d'un capteur de rêves à 5 cercles boutique Le Huron, Wendake.....	104
Figure 4 : Photographie d'un capteur de rêves boutique Le Huron, Wendake.....	104
Figure 5 : Photographie de l'intérieure de la maison longue du site OnhoüA Chetek8e, Wendake.....	105
Figure 6 : Photographie du capteur de rêves de la maison longue du site OnhoüA Chetek8e, Wendake.....	106
Figure 7 : Photographie de la maison longue du site OnhoüA Chetek8e, Wendake.....	106
Figure 8 : Photographie de la citation du chef Dan Georges, site OnhoüA Chetek8e, Wendake.....	122
Figure 9 : Photographie de la boutique Le Huron, Wendake.....	211

Remerciements

En premier lieu, je tiens à remercier chaleureusement ma directrice de recherche, Marie Lequin, pour la richesse que ses connaissances sur le tourisme et la réalité autochtone du Québec m'ont apportée, et pour la qualité de ses conseils et de son accompagnement. Son soutien infaillible et sa foi en moi m'ont portée tout au long de cette aventure académique.

Pour m'avoir transmis avec générosité leur savoir et avoir nourri ma pensée, je tiens à vivement remercier mes enseignants à l'université du Québec à Trois-Rivières: Gilles Pronovost, Hippolyte Tollah, Chantal Royer, André Barabé et Pascale Marcotte.

Je souhaite exprimer ma profonde gratitude à Martine et Claude Ecobichon pour leur soutien, la pertinence de leurs remarques et la qualité de leur correction qui a amélioré celle de ce texte. Je remercie également leur fils, Arnaud, qui maintes fois a su m'insuffler le courage et la confiance nécessaires pour achever ce projet.

Ma gratitude va également à mes collègues et amies, Adeline Cherqui et Karine Jeannet. Nos échanges passionnés et passionnants ont nourri mes réflexions et éclairé mes analyses. Merci aussi à Luc Collin et Alexandre Bacon qui ont été mes premiers guides dans l'univers autochtone et ont fortement contribué à la naissance de mon intérêt pour ce milieu et ces cultures. Pour leur aide au cours de ces années de recherches et pour tous ces instants partagés qui ont élargi mes perspectives et ma compréhension de la réalité amérindienne, je souhaite exprimer ma reconnaissance à Melissa Bacon et toute sa famille, à Marco Collin, à Marc Sioui et ses enfants, à Karine Awashish, Isabelle Daigle et Charles Bender.

Parce que leur générosité m'a permis d'enrichir mon parcours universitaire d'une formation au Québec, je tiens à exprimer ma reconnaissance à mes parents, Violette et Bruno Serre. Merci aussi à toute ma famille et à mes amis dont les gestes et les paroles d'encouragement ont été une aide précieuse tout au long de ces années : Claire Lejeune, Marianne Robert de Massy, Magalie Blavet, Vincent Franco, Jean-Sebastien Senecal, Claire Gerber, Facil Tesfaye, Chalmers Larose, Bastien Lesoin, Cyril Bienne, Audrey Pignon, Xavier Rossignol, Fabien Fazio, Yasmine Rabia, José et Françoise Cherqui, Laurent Mockel et Vanessa Viel.

Enfin, je terminerai en remerciant très chaleureusement tous les participants à cette enquête, sans qui celle-ci n'aurait pu aboutir.

Introduction

L'objet d'artisanat amérindien est bien plus qu'un simple objet. Chaque élément qui le compose renvoie à un univers de sens propre à une pensée culturelle. Sa fabrication symbolise la survie d'un savoir-faire et d'un patrimoine. Sa signification et son utilité racontent les croyances, les us et les coutumes d'un peuple. Le proposer aux touristes de passage, c'est partager avec eux quelques bouts d'Histoire et de Culture. Devenant un médium dans une rencontre interculturelle, se trament en lui et autour de lui des jeux de regards sur Soi et sur l'Autre.

Ancrage personnel

Mon goût pour l'humain m'amena vers un cursus en anthropologie qui s'acheva par l'obtention d'une maîtrise en France, mon pays de naissance. A l'issue de celle-ci, mon intérêt grandissant pour l'interculturalité et ma passion pour les modes d'expressions que sont les arts, me poussèrent à choisir le tourisme comme champ de recherche. Ce cheminement personnel, associé à un désir d'ailleurs, me conduisit au Québec où je devins une étudiante de l'Université du Québec à Trois-Rivières en sciences du loisir et du tourisme. Et très tôt interpellée par la réalité amérindienne au Québec, j'ai décidé d'orienter mon projet de recherche sur le tourisme en milieu autochtone. Multipliant les lectures et les immersions afin de mieux cerner la complexité de ce phénomène, et celle de la réalité qui l'entoure et lui donne sens, ma démarche de recherche devint spontanément qualitative et inductive. Puis, peu à peu, au

gré des sujets envisagés et finalement avortés, à la lumière du terrain, des connaissances pluridisciplinaires acquises, des concepts et des théories étudiés, se précisèrent mes questionnements et se construisit mon thème de recherche : le tourisme autochtone comme lieu d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité.

Éléments de la problématique de recherche

Suite à l'arrivée des Européens en Amérique au XVIème siècle, à la colonisation, aux tentatives gouvernementales d'assimilation forcée et, plus récemment, à la modernisation, les cultures autochtones ont été durement ébranlées dans leurs fondations. Les communautés des Premières Nations souffrent aujourd'hui de problématiques lourdes liées aux bouleversements, passés et présents, dans leurs modes de vie et de penser, tels que le chômage, l'alcoolisme ou encore le suicide. Mais ces dernières décennies au Québec, comme à une échelle mondiale d'ailleurs, a émergé une dynamique de renouveau culturel chez les peuples autochtones. Simultanément à leur entrée dans la modernité, qui implique notamment de développer leur activité économique, s'affirme une volonté de réappropriation de leurs cultures (Turcotte, 2004). Et c'est dans cette double mouvance, d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité, qu'a pris racine leur désir de développer le tourisme dans leurs communautés. En effet, au-delà de la prérogative économique, les Autochtones ont choisi ce secteur d'activités dans une perspective de revalorisation culturelle. Étant les bâtisseurs de leur industrie, ce sont donc eux qui ont construit et investi de sens et d'enjeux leurs produits touristiques.

De quelle manière ce renouveau culturel autochtone se manifeste-t-il dans l'élaboration et le développement d'un produit touristique ? Ce questionnement constitue le point de départ de notre projet de recherche. Et parmi les nombreux produits touristiques autochtones existants, nous avons choisi d'appliquer cette problématique à un objet d'artisanat amérindien : le capteur de rêves.

L'artisanat occupe une place importante dans l'industrie touristique autochtone, tant sur le plan économique que sur le plan symbolique. Le tourisme rimant avec l'industrie du souvenir, les objets autochtones ont beaucoup de succès auprès des touristes. De fait, se concentre dans l'artisanat une proportion élevée des artistes autochtones. Une étude statistique¹ sur ces derniers, à l'échelle canadienne, a révélé en 2002 que, sur les 3900 Autochtones déclarant exercer une profession ou un métier culturel, 1590 d'entre eux étaient artisans. Mais les objets d'artisanat ne sont pas seulement vendus aux touristes, ils sont aussi interprétés et leur confection est parfois montrée ou enseignée. Autour d'eux s'articulent une rencontre entre Autochtones et non-Autochtones et un échange au travers duquel l'Histoire et la Culture sont racontés. Leur mise en tourisme revêt donc des enjeux variés, tant sur le plan économique que sur les plans socioculturel et identitaire. Parmi les objets d'artisanat amérindiens qui rencontrent un franc succès auprès des touristes, figure notamment le capteur de rêves.

Le capteur de rêves fascine les grands comme les petits. Son esthétisme singulier attire le regard et trahit au premier coup d'œil ses origines amérindiennes. Sa légende

¹ Expressions, (2002). *Les artistes autochtones au Canada: Aperçu statistique*. Canada: Patrimoine canadien.

raconte que c'est une araignée qui enseigna à une vieille femme indienne sa confection et son pouvoir. Veilleur de nuit emprisonnant dans sa toile les rêves, il en libèrerait au matin les bons et confierait aux premiers rayons de soleil la tâche d'en brûler les mauvais...

Attractif et populaire, le capteur de rêves plaît beaucoup aux touristes. Abondamment présent dans les boutiques d'artisanat autochtone, vendu lors des célébrations publiques, interprété dans différents musées et sites touristiques amérindiens, diversifié et décliné, le capteur de rêves est aujourd'hui l'un des produits phare de l'industrie touristique autochtone. Son succès est tel qu'on le retrouve également dans les réseaux non-autochtones et jusque dans la grande distribution. Pourtant, le capteur de rêves est un objet certes amérindien, mais à l'origine étranger aux cultures amérindiennes du Québec. Aujourd'hui utilisé dans de nombreuses communautés amérindiennes d'Amérique du Nord, dont celles de la Province canadienne francophone, le capteur de rêves provient à l'origine d'une seule et même nation, celle des Ojibways.

Comment et pour quelles raisons des Autochtones utilisent le capteur de rêves ? Pour quelles raisons est-il devenu un produit touristique vendu et interprété chez les Autochtones du Québec ? N'ayant pas fait l'objet de recherches approfondies, la diffusion et la touristification du capteur de rêves chez les Amérindiens demeurent entourées de mystère. La seule donnée scientifique dont nous disposons est que sa commercialisation, au même titre que celle d'autres objets autochtones étrangers, suscite des opinions divergentes dans certaines communautés (Hébert, 2008). La question est

de savoir s'il faut ou non commercialiser d'autres cultures que celle distincte de la nation. Cette question s'avère à la fois centrale et ardue. Centrale, car elle a trait à l'authenticité de la culture présentée et, de fait, aux enjeux de revalorisation culturelle par le biais touristique. Et ardue, car l'authenticité culturelle est difficile à définir, en soi et en particulier dans le contexte autochtone sujet à de nombreux emprunts entre nations (Iankova, 2008). Cette problématique autour de la notion d'authenticité se complique encore davantage du fait que celle-ci constitue un critère propre à la demande touristique. Le touriste désire de l'authenticité mais, attiré par l'image véhiculée et entretenue par la littérature, la télévision et le cinéma qui présentent les Amérindiens essentiellement dans leur décor passé, cette authenticité désirée est pétrie de représentations anachroniques et stéréotypées des Amérindiens. C'est « l'Indien à plumes » qui habite son imaginaire que le touriste souhaite rencontrer. Un imaginaire avec lequel le capteur de rêves entre en résonance du fait de sa dimension spirituelle animiste et de son esthétisme composé de cuir et de plumes, des référents amérindiens universels.

A la fois objet emprunté et produit touristique populaire et contesté, le capteur de rêves soulève ainsi une question intrinsèque aux enjeux du développement touristique autochtone, à l'élaboration de l'offre et aux caractéristiques de la demande : qu'est ce que l'authenticité culturelle?

Larges sont donc les problématiques inscrites dans notre objet de recherche : le phénomène de touristification du capteur de rêves comme fondement empirique

d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité chez les Autochtones du Québec. On y retrouve le développement économique, la (re)construction et la préservation des cultures autochtones, le mouvement identitaire autochtone, la rencontre interculturelle et la problématique de l'authenticité culturelle.

Objectifs et méthodologie de la recherche

L'objectif général de cette recherche est de mettre en lumière les dynamiques propres au renouveau culturel autochtone à l'œuvre dans le phénomène de touristification du capteur de rêves. Le but est donc de retracer et d'identifier les éléments de ce dernier qui témoignent de cette double mouvance d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité chez les Autochtones. Dans une perspective de compréhension globale du phénomène à l'étude, l'objectif est également de rendre compte des perceptions à son égard des différents acteurs en présence, à savoir les travailleurs touristiques et la population locale autochtones, ainsi que les touristes.

Étant une situation empirique, ce phénomène a fait l'objet d'une enquête de terrain. Comme la réalité autochtone et son pendant touristique sont plurielles, cette enquête se devait d'être circonscrite à une seule et même communauté. Pour divers raisons qui seront expliquées dans le troisième chapitre de cet ouvrage, cette étude a été appliquée à la communauté huronne-wendat de Wendake située dans la banlieue de Québec.

Pour atteindre notre objectif, à partir d'une revue de littérature scientifique pluridisciplinaire, un cadre d'analyse a été élaboré. A cette même fin, nous avons choisi

l'étude de cas qui permet notamment d'accéder à l'univers symbolique des Autochtones et des touristes, ainsi que de recourir à différentes sources d'informations. La recherche et l'analyse documentaire, l'entrevue semi-dirigée et l'observation directe constituent donc les outils principaux de cette recherche.

Pertinence de l'étude

Alors même que ses enjeux socioculturels, politiques et économiques sont essentiels au regard de l'état préoccupant des communautés, le tourisme autochtone du Québec a fait l'objet d'assez peu de recherches. Le manque d'expertises à son endroit constitue une carence qui, à long terme, pourrait faire défaut à cette initiative interne, originale et prometteuse. Une meilleure connaissance de ces enjeux et de leurs modes opératoires dans le processus de mise en tourisme de ces cultures, pourrait en effet permettre de mieux adapter les politiques touristiques afin d'en optimiser les retombées positives. Or, en raison de ses origines étrangères et de son succès auprès des touristes, le produit « capteur de rêves » constitue une formidable porte d'entrée à la compréhension du tourisme autochtone, de l'univers contemporain autochtone et de leurs influences réciproques. Pourtant, malgré sa singularité, le phénomène de touristification du capteur de rêves n'a pas suscité l'intérêt de chercheurs.

A travers la présente recherche, nous nous sommes donc donnés comme mandat de palier quelque peu ce manque de connaissances relatives aux dynamiques socioculturelles et identitaires à l'œuvre dans le développement touristique autochtone du Québec et à cet objet vendu aujourd'hui aux quatre coins de l'Amérique et même en

dehors.

Structure de la recherche

Le présent mémoire est divisé en quatre chapitres. Dans le premier, nous étayerons la dialectique affirmation identitaire / intégration à la modernité de la problématique de recherche au travers d'un portrait des Autochtones du Québec et de leur industrie touristique. Y figure également une présentation du capteur de rêves et de sa place dans l'industrie touristique. Le second chapitre s'articule autour de deux corpus de connaissances dont sont extraits l'approche analytique et le cadre conceptuel de la recherche. Le premier a trait au phénomène touristique et le second à la théorie de l'invention de tradition. Le troisième chapitre présente le cadre méthodologique de la recherche. Et enfin, le quatrième et dernier chapitre présente les résultats et leurs interprétations.

Problématique

Le tourisme en tant que secteur d'activités ayant fait l'objet d'un choix stratégique de la part des Autochtones, l'émergence et le développement ainsi que, par extension, les enjeux de leur industrie touristique, sont étroitement liés à leur réalité passée et présente. Or, celle-ci est plurielle et complexe. Avant de dépeindre les contours de cette industrie et avant de présenter plus avant le produit « capteur de rêves », il convient donc de s'attarder sur l'univers autochtone, sa diversité, son histoire et ses problématiques actuelles.

1.1 Situation actuelle des Premières Nations et les défis contemporains à relever

Le Québec compte 11 Premières Nations réparties dans 55 communautés qui appartiennent à trois grandes familles linguistiques et culturelles. La famille algonquienne composée des Innus, des Atikamekw, des Micmacs, des Abénakis, des Algonquins, des Malécites, des Cris et des Naskapis. Celle-ci était traditionnellement nomade ou semi-nomade. La famille iroquoïenne, traditionnellement sédentaire, qui regroupe au Québec les Mohawk et les Hurons-Wendats. Et enfin, les Inuits qui sont rattachés à la famille eskaléoute. Si l'on peut parler de telles familles linguistiques et culturelles, il est toutefois important de souligner que chaque nation a sa langue et ses particularités culturelles. De même, au sein de chaque nation, il y a des différences linguistiques et culturelles entre les communautés. D'autre part, les communautés ne

sont égales ni en taille de territoire, ni en nombre d'habitants, ce dernier pouvant varier d'à peine plus d'une centaine à quelques milliers. Les contextes environnementaux des communautés varient également fortement. Certaines sont urbaines, proches d'un grand centre, c'est le cas de la communauté huronne-wendat de Wendake située près de Québec et de celles mohaks de Khanawake et Kanasatake situées près de Montréal. Certaines sont en milieu rural comme, à titre d'exemple, Mashteuitash située aux abords du Lac Saint-Jean. Mais la grande majorité des communautés autochtones au Québec est éloignée, en milieu forestier, côtier ou encore côtier-nordique pour les Inuits. Enfin, notons qu'environ un tiers des Autochtones vivent en dehors des communautés (Lepage, 2005).

Les Premières Nations ont connu de nombreux bouleversements dans leur mode de vie et leurs cultures depuis le XVI^{ème} siècle, époque où les Français puis les Anglais arrivèrent en Amérique du Nord. Suite à l'instauration de la *Loi sur les Indiens* en 1876 et du système des réserves, ces changements se sont considérablement accélérés, en particulier au cours des XIX^{ème} et XX^{ème} siècles du fait de la politique de christianisation et d'assimilation des Autochtones mise en place par le gouvernement fédéral. L'un des outils qui fut privilégié à cette fin fut le régime des pensionnats. Tenus par des religieux, les enfants autochtones y recevaient une éducation chrétienne, construite en opposition aux croyances autochtones alors considérées comme diaboliques. A l'échelle du Canada, ce régime dura - entre l'ouverture du premier pensionnat et la fermeture du dernier - de 1831 à 1996 (Valaskakis, 2005). De très nombreux écrits évoquent ce « triste épisode des pensionnats » (Sarrasin, 1998, p.109),

la raison étant qu'il a conséquemment marqué l'Histoire des Autochtones. La Commission royale d'enquête sur les peuples autochtones révéla d'ailleurs en 1996 « l'omniprésence des effets des pensionnats indiens, l'importance de leur influence, ainsi que le rapport entre le régime des pensionnats et la vie quotidienne des autochtones » (Valaskakis, 2005, p.109). En effet, le fait que les langues autochtones y étaient interdites contribua à la perte ou la diminution d'usage de ces dernières. La transmission orale de la culture s'en trouva de fait fortement affectée. En outre, la dévalorisation culturelle subie et intériorisée ainsi que, dans certains cas, des sévices physiques et sexuels, occasionnèrent ce qu'il est convenu d'appeler un « traumatisme historique » (Valaskakis, 2005, p.109). Vécu ou hérité, ce dernier a affecté plusieurs générations d'Autochtones dans leur mode de penser et d'être. Comme le dit Sarrasin (1998, p.109) : « Cette coupure radicale entre l'éducation et le milieu d'origine a provoqué une profonde et durable déstabilisation sociale et culturelle dans les communautés ».

Le XXème siècle fut également marqué par la sédentarisation définitive des peuples autochtones nomades et semi-nomades et l'adoption chez tous de la culture matérielle occidentale. Les activités traditionnelles de pêche et de chasse, bien qu'elles conservent encore un caractère identitaire très fort, ne constituent plus dès lors leur mode de subsistance principale (Lequin, 2003). Les maisons occidentales, les voitures, la télévision et, plus récemment, Internet font désormais partie de l'environnement des Autochtones. Notons que ces changements ne se sont pas faits au même rythme pour toutes les communautés. Celles du Nord ont vécu ce changement plus récemment et plus rapidement que celles du Sud pour qui il fut, dans l'ensemble, plus progressif. Or,

cette adoption de la culture matérielle a, elle aussi, des conséquences culturelles :

Depuis l'arrivée des Européens, la proximité urbaine se révèle un facteur décisif de contact avec la modernité, une proximité physique certes, mais, plus encore, psycho-sociale. Avec la radio, la télévision et désormais Internet, s'est rapproché le monde autre, envahissant et soit-il fictif, et de ce fait engendrant des effets socio-culturels sans frontière territoriale. (Turcotte, 2004, p. 312)

Suite à ces changements rapides et ces traumatismes, individuels comme collectifs, les Premières Nations se retrouvent avec des problématiques communes à solutionner. Comme l'explique Valaskakis (2005, p. 113) : « En un processus ininterrompu, les grappes de symptômes émanant de l'histoire transgénérationnelle, comme la violence familiale et l'abus sexuel, sont passées aux enfants autochtones de génération en génération, un dysfonctionnement que ces enfants intériorisent ». D'autres symptômes tels que l'alcoolisme, le trafic et la consommation de drogues, un taux de suicide élevé, notamment chez les jeunes, sont également constatés. De plus, le manque d'activité économique dont souffrent les communautés, en particulier celles éloignées, a tendance à entretenir ces problématiques sociales. Le chômage s'y maintient au double du taux moyen des Québécois et le revenu moyen des foyers y est 20% inférieur à celui des foyers québécois. En outre, le manque de formation – 40% des Autochtones n'atteignent pas le troisième secondaire - freine l'accessibilité à l'emploi (Lepage, 2005).

Néanmoins, depuis plusieurs décennies, de nombreuses initiatives témoignent d'une dynamique d'affirmation identitaire autochtone. Ces dernières sont nombreuses et ne peuvent ici faire l'objet d'une description exhaustive. Retenons toutefois l'obtention du droit de vote au gouvernement fédéral puis provincial, respectivement en 1960 et

1969, la reconnaissance de l'importance de la question territoriale émise par le rapport Dorion en 1971 ou encore, la motion de reconnaissance des nations autochtones et de leurs droits adoptée par l'Assemblée Nationale du Québec en 1985 (Lequin, 2003).

Soulignons également ladite « crise d'Oka » en 1990 qui resta un événement marquant, en particulier au Québec, mais également au Canada et à une échelle internationale. Ce fut, en effet, la première confrontation armée entre des Autochtones et des non-Autochtones à être largement diffusée du fait de sa médiatisation. Opposant la communauté de Khanawake à la mairie d'Oka sur une question territoriale, l'incident prit une tournure militaire et devint une affaire fédérale. Cet événement fut, pour les Québécois, l'occasion de (re)découvrir lesdits « privilèges » des membres des Premières Nations, en particulier, le fait qu'ils ne payent pas de taxes qui demeure un fait mal compris et souvent mal perçu. Lepage (2005) affirme que la *Loi sur les Indiens* constitue davantage un régime de tutelle qu'un régime de privilèges. Et, s'il présente quelques avantages, il comporte aussi des inconvénients majeurs. A titre d'exemple, parmi les avantages figurent l'exemption de taxes et d'impôts, mais celle-ci est limitée uniquement aux Indiens inscrits (les Inuits n'en bénéficient pas) qui vivent sur une réserve et/ou travaillent pour le compte d'un employeur situé sur une réserve. Parmi les inconvénients, nous pouvons citer un droit de propriété limité. La saisie de biens dans une réserve étant impossible, l'emprunt, la contraction d'une hypothèque et l'accès au crédit à la consommation sont inaccessibles à bon nombre d'Autochtones. Et là réside l'une des raisons du manque de développement économique dans les communautés (Lepage, 2005). La crise d'Oka a ainsi cristallisé les tensions pré-existantes entre

Autochtones et Québécois. En 1996, soit quelques années après cet événement, le rapport de la Commission royale d'enquête sur les peuples autochtones (Affaires Indiennes et du Nord Canada, 1996) conclut d'ailleurs qu'il était nécessaire de changer profondément les rapports entre Autochtones et non-Autochtones.

En 1986, l'anthropologue québécoise Sylvie Vincent a explicité comment la méconnaissance et la stigmatisation des Amérindiens avaient été entretenues par une éducation scolaire et une littérature qui les enfermaient systématiquement dans le décor de leur passé. Mais elle va également plus loin en mettant en évidence les enjeux identitaires à l'œuvre dans ce jeu de miroir que le « Soi québécois », comme elle le nomme, entretient avec « l'Autre amérindien ». Un jeu qui oscille entre des représentations positives et d'autres négatives, mais toutefois toutes pétries de réductions, de stéréotypes et d'ethnocentrisme :

L'Amérindien imaginaire peut bien osciller du pôle lâcheté-dépendance au pôle fierté-indépendance, du pôle infantilisme au pôle sagesse, du pôle cruauté au pôle innocence, du pôle ignorance au pôle savoirs naturels, du pôle grognements gutturaux au pôle art oratoire consommé, une chose est sûre, c'est que le pendule sera toujours en position extrême, toujours aux limites de l'humanité et jamais en ce centre occupé par Soi. (Vincent, 1986, p. 77)

Plusieurs efforts ont depuis été faits d'un côté comme de l'autre, notamment en matière d'éducation comme en témoignent la parution, en 2005, et l'utilisation du manuel scolaire de Pierre Lepage « *Mythes et réalités sur les peuples autochtones* ». Néanmoins, il demeure que des tensions persistent entre ces deux groupes et que les Autochtones restent en marge de la société dominante.

Par ailleurs, cette dynamique d'affirmation identitaire se ressent également à un

niveau plus local. Depuis quelques décennies s'est développé, dans le milieu autochtone, un retour aux langues¹, aux spiritualités et aux activités traditionnelles. Face aux nombreux problèmes identitaires et sociaux qui perdurent dans les communautés, une revalorisation de leurs cultures - en vue de (re)construire l'identité - apparaît comme une priorité pour beaucoup d'entre eux. L'un des points essentiels, qui ne manque pas de revenir dans les débats publics et privés, est d'ailleurs d'assurer un avenir à la jeunesse autochtone qui, de plus, est populeuse. La moitié des Autochtones a moins de 25 ans (Lequin, 2003). En outre, cette (re)construction culturelle et identitaire s'orchestre nécessairement dans leur réalité contemporaine, empreinte de modernité. Comme l'exprime ici Paul-André Turcotte (2004, p. 315) :

Sur une trajectoire montante, s'affirme la présence de descendants qui entendent se réapproprier les éléments d'autochtonie de leur identité en l'inscrivant dans la réalité du monde où ils évoluent.

En ce début de troisième millénaire, les Autochtones ont ainsi des défis de taille à relever pour que leur situation s'améliore. Il leur est nécessaire de (re)construire leurs cultures, de revaloriser leur identité en interne, mais également en externe, ainsi que de se développer économiquement afin de s'autonomiser et d'assurer un avenir viable et vivable à la jeune et populeuse nouvelle génération. En outre, si les Autochtones des différentes nations et même des communautés ont vécu des expériences communes et doivent aujourd'hui relever ces mêmes défis, il demeure que les Autochtones représentent un univers pluriel comme l'exprime ici Lequin (2003, p. 11) :

¹ Voir l'article de Sarrasin (1998) qui traite, entre autres, de programmes d'enseignement bilingues atikamekw-français au niveau primaire.

La diversité est inscrite au cœur de la réalité autochtone. Diversité de langues, des cultures, des visions du monde, diversité d'environnements, des modes de subsistance, des structures sociales et politiques, diversité des conditions socio-économiques, des situations de contacts avec la population non-autochtone, des rapports à la tradition et des projets d'avenir.

Dans ce contexte, le tourisme leur est apparu comme une voie particulièrement prometteuse pour permettre de relever ces défis contemporains tout en respectant et valorisant cette diversité. Et c'est à ce titre, nous allons le voir, qu'il a été choisi de le développer au Québec.

1.2 Portrait du tourisme autochtone du Québec

Peu de recherches ont été menées sur le tourisme autochtone au Québec. Et ce dernier ayant intéressé essentiellement des anthropologues, des urbanistes et des géographes, nous disposons d'assez peu de données quantitatives pour appréhender les retombées économiques de l'activité touristique sur les communautés. Nous disposons tout de même de quelques chiffres qui permettent de prendre la mesure des recettes touristiques à l'échelle nationale et de la place du tourisme dans les activités économiques autochtones au Québec. A l'échelle canadienne, les retombées directes et indirectes liées aux activités touristiques autochtones s'élèvent à 4,9 milliards de dollars canadiens, 1,5 si l'on soustrait les recettes provenant des casinos (ATTC, 2003). Au Québec, 42 % de la population autochtone en affaire est engagé dans le domaine touristique et 70 % des communautés se sont orientées vers ce secteur d'activité (Iankova, 2006). En revanche, différentes sources scientifiques et non-scientifiques nous

ont permis de retracer l'émergence de l'industrie touristique autochtone au Québec et d'en dépeindre les enjeux et les contours.

1.2.1 Émergence de l'industrie touristique autochtone au Québec

Dater l'émergence du tourisme autochtone s'avère difficile. Pour Iankova (2006, 2007), le début du tourisme autochtone organisé et exploité par des Autochtones, date des années 80 et s'avère lié à la création des deux premiers musées amérindiens de la province, celui d'Odanak en 1965 et celui de Mashteuiatsh en 1977. Toutefois, il convient de souligner l'ancienneté de l'expérience des Autochtones en tant que guides. À la fin du XIX^{ème} siècle déjà, les hommes algonquins, encore semi-nomades, servaient de guides aux arpenteurs, explorateurs et riches touristes américains et canadiens (Bousquet, 2008). Dans les clubs privés de pêche et de chasse, durant la première moitié du XX^{ème} siècle, il était également fréquent que des Autochtones, souvent des Innus, des Micmacs ou encore des Hurons, servent de guides (Noël & Morisset, 1998). Il demeure donc, comme l'affirment ces mêmes auteurs, qu'en matière de tourisme, les Autochtones sont à la fois jeunes et anciens :

[...] anciens, car personne ne peut contester l'âge de leur présence, plusieurs fois millénaire, sur un continent qu'ils connaissent à l'évidence mieux que quiconque ; jeunes, car ils ont fait, au cours du présent siècle et particulièrement depuis 1950, un saut considérable dans ce qu'il est convenu d'appeler la « modernité ». (Noël & Morisset, 1998, p. 3)

Comment sont-ils passés de cette forme originelle de tourisme à une industrie touristique ancrée, comme ils disent, dans la modernité ? En l'occurrence, dans un

premier temps, c'est la demande qui a précédé l'offre.

Au cours de la seconde moitié du XX^{ème} siècle, les Autochtones ont vu arriver de plus en plus de touristes désireux de connaître leur culture. Constatant que les profits émanant de cette clientèle retombaient fort peu sur leurs communautés et désirant se présenter et s'interpréter eux-mêmes, des Autochtones eurent l'idée de se réapproprier ce marché (Bousquet, 2008). Des initiatives internes ont alors vu le jour et, sous la pression de la demande et des enjeux économiques, l'appareil d'État a doucement commencé à investir dans le tourisme en milieu autochtone et à le promouvoir à l'extérieur (Noël & Morisset, 1998). L'étude-bilan de l'Institut de formation autochtone de Québec rapporte qu'en 1988 lors du Colloque sur l'autonomie des nations indiennes et Inuit :

(...) les milieux autochtones ont soutenu avec conviction que la source même de leur autonomie réside dans l'exploitation intelligente, non abusive et innovatrice de leurs territoires. Dans cette perspective, l'une des avenues envisagées, qui semble la mieux adaptée aux objectifs culturels et économiques des Premières Nations, est le tourisme. (Lopez-Gonzalez & Matthews, 1991, p. 1)

Le rapport souligne également que ce choix fut l'objet d'une « prise de position ferme » et motivé par le fait que « le tourisme peut devenir un facteur d'enrichissement : financier, d'une part, par la rentabilisation des territoires exploités, et humain, d'autre part, par la diffusion de la culture autochtone vers l'extérieur par l'entremise des visiteurs » (Lopez-Gonzalez & Matthews, 1991, p.1).

Suite à cette rencontre, la première conférence sur le tourisme autochtone au Québec fut organisée en 1998 dans la ville de Québec. L'historien Gilles Chaumel (1998, p. 32) rapporte ici les points récurrents qui y furent abordés :

Les questions du développement touristique et de la préservation de la culture

sont revenues sans cesse au cours des deux jours, préoccupant manifestement les promoteurs : comment faire du développement touristique sans vendre son âme...au touriste ? Tous se sont dits prêts à s'investir totalement dans le développement de leur industrie, mais pas au prix de vendre la culture, de la diluer en quelque sorte pour des raisons mercantiles.

Un autre point souvent évoqué fut la nécessité d'un regroupement liée à la similarité des besoins et au maintien d'une image commune. En raison de la reconnaissance unanime de la qualité du travail orchestré dans ce sens par la Société Touristique Innue depuis sa création en 1991, cette dernière fut choisie pour remplir ce rôle de rassemblement (Chaumel, 1998). Elle devint en 1999 la STAQ, *Société Touristique Autochtone du Québec*. La STAQ a pour mission d'accompagner les promoteurs touristiques autochtones dans leur développement de produits ou de services afin qu'ils rentrent dans les normes nationales et internationales du tourisme. Cette association s'occupe également de la promotion des produits touristiques autochtones, notamment au travers de son site internet (www.staq.net), des guides touristiques annuels qu'elle produit et distribue et de sa participation à différents salons touristiques internationaux.

Permettre un essor économique des communautés et une revalorisation culturelle interne et externe furent donc, dès les premiers jalons, les objectifs souhaités par les Autochtones au travers du développement de leurs activités touristiques. À travers cette volonté d'élaborer une industrie touristique intégrée aux marchés, national et international, impliquant de s'adapter aux exigences du secteur et d'utiliser les outils professionnels modernes, on retrouve cette dynamique d'intégration à la modernité

évoquée précédemment. Et, dans un même temps, on retrouve également celle d'affirmation identitaire dans ce dessein de faire du tourisme une activité qui valorise et préserve les cultures autochtones. Ainsi, cette dialectique affirmation / intégration habite l'idée de départ qui donna lieu à l'industrie touristique autochtone au Québec.

1.2.2 L'industrie touristique autochtone aujourd'hui

Initialement centré sur la chasse et la pêche comme nous l'avons vu, le tourisme autochtone s'est depuis diversifié. Néanmoins, selon l'étude de Tourisme Québec (1998), ces activités étaient encore en 1998 les plus développées. Aujourd'hui, l'industrie touristique propose différents types d'activités aux touristes, notamment des séjours en communauté, des célébrations publiques, des visites de sites traditionnels reconstitués et de musées, ou encore des randonnées d'observation de la faune et de la flore. Toujours selon la même étude de 1998, le tourisme culturel arrivait en seconde position devant le tourisme consacré aux activités de plein air.

Ces différents types d'activités ne sont pas tous disponibles au même endroit. Selon le niveau de développement touristique bien sûr, mais également en fonction du contexte environnemental des communautés, les activités touristiques offertes varient. C'est là une caractéristique importante du tourisme autochtone au Québec. Cette distinction entre centre et périphérie est importante à plusieurs niveaux. Tout d'abord, comme l'illustre le Tableau 1, le tourisme en milieu urbain est davantage axé sur le tourisme dit « de masse » tandis que, dans les communautés rurales et reculées, les

Tableau 1

Classification des activités touristiques en milieu autochtone

EN MILIEU RURAL

Tourisme vert (écotourisme) : petits groupes ou max.20 personnes

Tourisme culturel (partage des coutumes, fêtes, chants, danses, cuisine traditionnelle, tours guidés dans les villages reconstitués) : max 20 personnes

Tourisme d'aventure : 10-15 personnes

Chasse et pêche : 5-10 personnes

Tourisme spirituel et techniques autochtones de guérison : individuel ou très petits groupes

Shopping tours (œuvres d'art autochtones) : individuel ou max 10 personnes

EN MILIEU URBAIN

Tourisme culturel (partage des coutumes, fêtes, chants, danses, cuisine traditionnelle, tours guidés dans les villages reconstitués) : individuel et de masse

Shopping tours (œuvres d'art autochtones) : individuel et de masse

Tourisme événementiel (pow wow) : de masse

Source : Iankova, 2006, p. 75.

touristes sont seuls ou en petits groupes.

D'autre part, les centres jouent un rôle important dans le tourisme autochtone. Ils donnent accès à des informations, des formations spécialisées, à une source de clientèle et constituent le lieu principale de promotion du tourisme autochtone. Leur proximité avec les villes et les réseaux de transport leur permet également de bénéficier d'un achalandage et, par extension, de retombées économiques plus importants. En outre, en termes de ressources humaines, les communautés urbaines possèdent plus de personnels qualifiés que les autres pour qui cette carence constitue un problème majeur dans le

développement touristique (Iankova, 2006).

Par ailleurs, comme en témoigne également le Tableau 1, le commerce d'artisanat occupe une place importante dans l'industrie touristique autochtone. Comme nous l'avons évoqué précédemment, une part importante des artistes autochtones se concentre dans cette activité à une échelle nationale. Soulignons toutefois que leurs revenus demeurent entre la moitié et les trois-quarts de ceux de la population active canadienne du secteur culturel dans son ensemble¹. Si cette activité est autant développée, c'est notamment parce qu'elle a du succès. En effet, les objets amérindiens plaisent beaucoup aux touristes. La raison est, d'une part, qu'ils constituent de beaux souvenirs de leur voyage et d'autre part, qu'ils cadrent bien avec l'image des Amérindiens qui les attire dans les communautés.

Cette image constitue indubitablement la force du tourisme autochtone. La clientèle du tourisme autochtone est majoritairement européenne, en particulier française et allemande. Ces touristes étrangers sont attirés par une image des Amérindiens perçue positivement Outre-Atlantique. De plus, cette image s'accorde avec le désir des grands espaces vierges, qui fait le succès du Canada (Delisle, 1998). Dans le milieu amérindien, les touristes peuvent éventuellement retrouver ces cultures et cet environnement naturel qui les font rêver. Mais cette force constitue également une faiblesse. En effet, l'image de l'Amérindien qui habite le touriste correspond-elle à la réalité contemporaine qui lui sera donnée à voir ? Comme l'explique ici Dudemaine, un

¹ Expressions, 2002, p. 7.

amérindien travaillant dans le tourisme (1998, p. 18) :

Dans le jeu de l'offre et de la demande touristiques, d'un côté il y a donc le mythe, vision 'rousseauïste' du bon sauvage, et de l'autre, la réalité actuelle qui entraînera inévitablement déceptions et regrets chez le voyageur.

Or, parmi les produits proposés par l'industrie touristique autochtone qui cadrent bien avec cette image et, de fait, ont du succès auprès des touristes, figure le capteur de rêves.

1.3 Le produit « capteur de rêves »

Le capteur de rêves est un objet à l'origine étranger aux cultures autochtones du Québec qui provient d'une seule et même nation, celle des Ojibways. Pourtant, aujourd'hui, d'une part, il est utilisé dans de nombreuses communautés de la Province - mais également à l'échelle Nord-Américaine - puisqu'en effet, on le retrouve dans certains foyers autochtones, accroché au rétroviseur de voiture ou encore porté en boucle d'oreille. On le retrouve également dans l'enseigne de la caisse populaire Desjardins de la communauté huronne-wendat de Wendake dont le symbole représente un capteur de rêves. D'autre part, le capteur de rêves est l'un des produits phares de l'industrie touristique autochtone. Sa présence est récurrente et souvent abondante dans les boutiques amérindiennes et l'offre en la matière est variée aussi bien en termes de déclinaison de l'objet, de produits dérivés que de services. En outre, il est présent également à l'extérieur des circuits de distribution autochtones. Au Québec, on le retrouve dans les boutiques-souvenirs des grandes villes, des aéroports, chez Wall Mart

ou encore au Dolarama. Mais on le retrouve également commercialisé, à une échelle plus grande, aux quatre coins de l'Amérique du Nord, à l'intérieur et hors des communautés amérindiennes et jusqu'en Europe puisque nous avons constaté sa présence dans les grandes surfaces et sur les marchés de Noël français.

Les origines et les raisons de cette diffusion et de cette touristification du capteur de rêves au Québec demeurent méconnues. Seuls un ouvrage et un article qui y sont consacrés ont été trouvés lors des recherches bibliographiques. *Dream Catchers, Myths and History* écrit par Julie Black et publié en 1999. L'auteure y explique les origines du capteur de rêves, sa légende et ses fonctions chez les Ojibways. *Capture mon rêve, Mère Araignée, tradition de l'attrape-rêve et fonction du rêve chez les Amérindiens du Nord* est quant à lui, un article d'ethnopsychologie écrit par Guy Lesoeurs et publié en 2004. L'auteur y aborde plus spécifiquement la symbolique et la fonction psychosociale du capteur de rêves. Ces sources scientifiques permettent de mieux saisir ce qu'est un capteur de rêves.

Un capteur de rêves est composé d'un cercle, qui traditionnellement chez les Ojibways, fait 3.5 pouces. L'émergence de capteur de rêves ayant d'autres dimensions a d'ailleurs suscité des débats chez les Ojibways quant à la préservation de sa forme traditionnelle (Black, 1999). Une toile compose l'intérieur du cercle et traditionnellement toujours, chez les Ojibways, le tissage de celle-ci part de huit points du cercle, symbolisant les huit pattes de l'araignée ou encore les huit points cardinaux amérindiens (Lesoeurs, 2004). Au centre de la toile, on retrouve un trou et, glissée à l'intérieur, une

perle ou une pierre selon les versions. Le trou sert à faire sortir les bons rêves, tandis que la pierre capture les mauvais qui seront ensuite brûlés par les premiers rayons du soleil. Enfin, attachées à des lanières de cuir sur la partie inférieure du capteur de rêves, on retrouve des plumes. Aujourd'hui, nous le verrons, de nombreuses déclinaisons de cette base du capteur de rêves existent.

La nation Ojibway appartient à la famille algonquienne qui, comme nous l'avons évoquée, est représentée au Québec par huit nations amérindiennes distinctes. Au Canada, les communautés Ojibways sont réparties de l'Ontario jusqu'en Colombie Britannique, mais on en retrouve également aux Etats-Unis. De nombreuses légendes et histoires racontent la création du premier capteur de rêves. Or, la plus populaire selon Black, est également celle qui a été la plus souvent entendue au Québec durant cette enquête. La voici :

Il était une fois une araignée peu farouche qui tissait tranquillement sa toile à côté de Nokomis, la Grand-Mère qui la contemplait faire son ouvrage. Un jour, son petit-fils s'avisa de la présence de l'araignée et voulut la tuer avec son mocassin. Nokomis l'en empêcha. L'araignée remercia Nokomis de l'avoir sauvée et lui dit qu'en retour elle lui donnerait un cadeau. Quelques temps après, une toile d'araignée argentée se balançait dans la lumière de la lune dans le haut du wigwam [habitation traditionnelle]. L'araignée dit à Nokomis : « Tu vois comme je file ma toile? Regarde et apprend. Dorénavant, chaque toile que tu tisseras aura le pouvoir de capturer les mauvais rêves qui tenteront d'entrer. Seuls les bons rêves passeront par la petite maille. Ceci est mon cadeau éternel pour toi. (Black, 1999, p. 54, traduit par Lesoeurs, 2004, p. 35)

A l'origine, le capteur de rêves servait donc à protéger les enfants des mauvais rêves. Pour saisir davantage ce que recouvre cette fonction originelle, il convient de s'attarder un instant sur la place des rêves dans la pensée amérindienne qui constitue, au

même titre que l'usage de tabac ou encore le concept de Mère-Terre, un élément commun aux divers cultures amérindiennes des trois Amériques (Lesoeurs, 2004). Il serait exhaustif et éloigné de notre sujet de décrire avec précision cet aspect. Retenons toutefois quelques éléments de compréhension apportés par l'article de Lesoeurs :

Les Amérindiens considèrent le rêve comme une chose banale et courante qui règle la vie sociale de l'individu et de son groupe d'appartenance et ils en font un moyen de prospective/divination et un outil de maturation et de développement. [...] Chez les Amérindiens du Nord, les rêves sont essentiellement perçus comme venant du « dehors », flottant dans l'espace et apportés par l'âme ou l'esprit, en quelque sorte « détachables » qui voyagent et non pas comme des produits du « dedans », c'est-à-dire de conflits intrapsychiques. C'est pourquoi les rêves sont sensés pénétrer dans la tête. Il faut empêcher les cauchemars d'entrer, d'où des mesures permanentes de prévention, les systèmes de protection, les filtres et les pièges. (2004, p.39)

Les rêves ont donc une place très importante. Et en triant les bons et les mauvais rêves, le capteur de rêves vise à protéger l'enfant et à l'aider à se développer.

Par ailleurs, certains des éléments qui composent le capteur de rêves renvoient à des registres symboliques, eux aussi universels, des cultures amérindiennes du Nord. Le plus évident demeure le cercle dont Lesoeurs (2004, p. 37) explique ici la symbolique :

Il est l'ordre sacré de la vie. Il symbolise l'unité et l'énergie du monde mais aussi le temps qui passe. Le Cercle sacré n'est pas un système de pensée imposé mais naturel car il est, pour l'Amérindien, la façon de fonctionner pour l'univers céleste, minéral, végétal et pour les êtres et les âmes qui en constituent les chaînons. (...) le cerceau de l'attrape-rêves représente pour une moitié la course du soleil dans le ciel et pour l'autre celle de la lune; ainsi, le jour et la nuit complémentaires sont réconciliés dans l'attrape-rêves. Sa forme en fait un objet intermédiaire non seulement avec le monde des esprits mais aussi avec la nature dont il est issu.

A cela s'ajoute l'importance des plumes qui symbolisent des vecteurs d'énergie positive, protectrice et puissante, et au travers desquelles les bons rêves trouvent leur chemin jusqu'au dormeur (Lesoeurs, 2004).

En ce qui concerne la réappropriation du capteur de rêves par d'autres Premières Nations que celle Ojibway, aucun de ces deux auteurs n'a réellement traité ce phénomène. A ce sujet, Black demeure relativement vague (1999, p. 111) :

Although the first known dreamcatchers were made by the Ojibway people, with the passage of time, dreamcatchers have become part of many Native cultures. Today, Cree, Oneida, Sioux and many other bands consider dreamcatchers to be part of their heritage, and an enduring symbol of their cultural life.

Bien qu'elle ne fasse pas référence à une quelconque dimension touristique, en ce qui concerne l'usage du capteur de rêves chez les non-Autochtones, Black est plus précise. Elle relie ce phénomène à l'émergence d'une représentation positive des cultures autochtones - en opposition à celle négative que la pensée coloniale entretenait par le passé – ainsi qu'aux nouvelles mouvances spirituelles et/ou thérapeutiques :

As a reaction against the impersonal and alienating forces of rapid technological change and the ultra-modern mechanization of medical care in our society, more and more people are looking for ways to heal the spirit while tending to the mind and body. (...) First Nations cultures and spiritualism speak to people who are seeking deeper personal fulfilment, harmonious living with the natural world and spiritual restoration. The dreamcatcher embodies all these aspects of contemporary human striving. (Black, 1999, p. 123)

Par ailleurs, elle précise que les capteurs de rêves se sont diversifiés et leurs usages aussi. Néanmoins, elle estime que cet objet est surtout utilisé par les Autochtones, comme par les non-Autochtones, comme talisman ou bouclier contre les mauvais rêves, les mauvais esprits ou encore les mauvaises énergies.

En ce qui concerne sa mise en tourisme au Québec, la seule donnée scientifique dont nous disposons est que dans la communauté abénakise d'Odanak et celle innue de Mashteuiasth, le capteur de rêves fait partie de ces produits touristiques dont certains habitants désapprouvent la commercialisation en raison de ses origines étrangères. Ces

derniers estiment que ce phénomène résulte de « l'appât du gain » et véhicule une « image plus ou moins réelle de la culture » (Hébert, 2008, p. 90).

Ainsi, le capteur de rêves provient à l'origine de la nation Ojibway. Dans celle-ci, il a un sens, un symbolisme et une fonction spécifiques dont certains éléments renvoient, à priori, à des universalismes culturels amérindiens. Pour des raisons méconnues, on le retrouve à présent dans de nombreuses nations amérindiennes d'Amérique du Nord et il est devenu un produit populaire auprès des non-Autochtones et en particulier des touristes.

1.4 Question de recherche

Les Autochtones du Québec ont actuellement des défis de taille à relever. Malmenées par l'Histoire, leurs cultures et leur identité ont besoin d'être (re)construites et revalorisées afin d'améliorer leur relation à eux-mêmes, mais également avec les non-Autochtones. Dans un même temps, le contexte actuel incite à une modernisation de leurs secteurs d'activités afin d'assurer leur développement et leur autonomie économiques, et ainsi améliorer leurs conditions de vie et leurs perspectives d'avenir. En cela, l'univers autochtone est habité par la nécessité simultanée d'un retour à soi et d'une ouverture à l'extérieur. Et dans les chemins qu'ils ont choisis et pris pour répondre à cette double mouvance, il y a le tourisme.

Afin de les nommer, ces dynamiques sont ici exprimées au travers des concepts déjà évoqués d'*affirmation identitaire* et d'*intégration à la modernité*. Le premier vise à

exprimer les dynamiques de (re)construction, de revalorisations interne et externe, ainsi que de différenciations culturelles et identitaires. En somme, le concept d'affirmation identitaire intègre le retour à soi et l'expression de soi. En ce qui concerne le second, comme nous le savons, la culture matérielle occidentale a été adoptée par les autochtones et ils sont en contact direct et/ou indirect avec l'univers de sens de cette culture. Aussi, dans le cadre de leur développement touristique, sont-ils amenés à intégrer les outils et les règles du marché touristique et de l'économie moderne. Le concept d'*intégration à la modernité* renvoie donc aux modalités d'adoption de ces logiques, tant sur le plan matériel que sur le plan symbolique.

Dans les différentes études de cas sur le tourisme autochtone, ces deux dynamiques ressortent mais elles sont le plus souvent abordées en tant qu'impacts ou retombées socioculturels et socioéconomiques. Leurs modalités d'implication dans le processus même de mise en tourisme des cultures autochtones n'ont, quant à elles, pas fait l'objet d'une étude approfondie. Pourtant, comme nous venons de le voir, ces dynamiques sont à l'origine du choix du tourisme comme activité économique et habitent les politiques touristiques et les préoccupations des Autochtones. Afin de contribuer à une meilleure compréhension du tourisme autochtone, c'est sur ces dynamiques intrinsèques que la présente recherche a été orientée. Appliquer cette problématique au développement touristique d'un produit, en l'occurrence le capteur de rêves, est alors apparu comme un choix pertinent pour plusieurs raisons.

D'une part, un objet étant un sujet d'étude clairement délimité, il permet une lecture transversale et profonde de la problématique à l'étude. Et quand celle-ci a trait à

des dimensions socioculturelles et identitaires, comme c'est le cas ici, une telle circonscription réduite du sujet s'avère profitable. D'autre part, l'artisanat occupe une place importante dans l'industrie touristique autochtone et, qui plus est, il a été, jusqu'à présent, très peu étudié. En outre, l'objet d'artisanat fait figure de médium dans l'expérience touristique et la rencontre interpersonnelle entre touriste et Autochtone, mais également celle avec la pensée culturelle du groupe visité. De fait, il se prête bien à la nature des enjeux que cette recherche vise à questionner.

L'objectif de cette étude est donc de répondre à la question de recherche suivante:

En quoi la touristification du capteur de rêves chez les Autochtones témoigne-t-elle d'une dynamique de renouveau culturel comprenant des dimensions d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité ?

A présent que la problématique de l'étude a été présentée et la question de recherche définie, il convient d'en construire le cadre conceptuel. Tel est l'objectif du chapitre suivant.

Cadre conceptuel

Le tourisme est un phénomène complexe qui a intéressé de nombreux chercheurs depuis son émergence. Intérêt qui a occasionné un corpus de connaissances et de paradigmes qui facilite aujourd'hui son étude. Dans un premier temps, nous tenterons d'extraire de celui-ci les éléments apparaissant pertinents pour la compréhension du phénomène à l'étude. Cette partie permettra de mieux cerner les contours du phénomène touristique mais également, à partir des lacunes relevées dans la revue de littérature et des postulats de recherche choisis, de construire l'approche analytique de cette recherche. Dans une seconde partie, nous nous pencherons sur un corpus théorique apparu pertinent pour identifier et comprendre les logiques des dimensions que nous avons pris le parti de questionner dans cette enquête : la thèse de l'invention de traditions. Une troisième partie sera consacrée à la présentation du cadre conceptuel à partir des éléments retenus de ces deux corpus et des questions spécifiques de la présente recherche.

2.1 Le tourisme : un système tripartite

Les premiers travaux consacrés au tourisme datent de 1935, mais c'est surtout à partir des années 70 qu'il suscita un grand intérêt de la part des sciences humaines et sociales, en particulier américaines, tandis que l'ethnologie et l'anthropologie investirent ce champ plus tardivement (Thierry, 2000). Ces différentes disciplines et leurs courants

de pensée occasionnèrent de fait, différentes approches théoriques et méthodologiques du phénomène. Mais dès les premiers jalons, le sociologue Erik Cohen (1979) et l'anthropologue Dennison Nash (1978) appréhendèrent le tourisme comme un système reposant sur trois composantes que sont « le visiteur et sa culture, le visité et sa culture, et les transactions s'effectuant entre ces deux parties » (Michaud, 2001, p. 5). Par la suite, les recherches seront le plus souvent centrées sur l'une ou l'autre de ces composantes. Dans son article intitulé *Tourism as an Anthropological Subject*, paru en 1981, Nash insiste sur l'existence d'un « secteur touristique », composé des entrepreneurs touristiques locaux qui servent d'intermédiaires entre les visiteurs et les visités. Le tourisme peut ainsi être appréhendé comme un « système tripartite », composé des visiteurs, des visités et du secteur touristique. Mais avant d'aborder plus en détails ces trois protagonistes, attardons-nous un bref instant sur l'émergence du tourisme, ce phénomène aujourd'hui mondial.

Le mot « tourisme » provient à l'origine du mot anglais « tour » référant au « Grand Tour » que pratiquaient les jeunes aristocrates britanniques au XVIIIème siècle pour s'éduquer. Cette pratique, conjuguée à la construction des routes et à l'amélioration des conditions de transport, entraîna un développement des structures d'accueil pour touristes et, progressivement, une diversification des pratiques. Néanmoins, tous les auteurs n'attribuent pas l'origine du tourisme à ces pratiques alors réservées aux riches. L'historien français Marc Boyer (1996) situe l'origine du tourisme à la Renaissance et le lie aux grandes découvertes. Pour Boyer, Christophe Colomb serait le précurseur du tourisme et, plus tard, Montaigne, avec son *Journal d'un voyage*, serait finalement le

premier d'entre eux. Par la suite, selon les époques, le voyage fut plus ou moins à la mode dans les milieux aristocratiques. Mais ce n'est que dans la première moitié du XXème siècle que le tourisme cesse d'être une activité de riches pour se généraliser à l'ensemble des classes sociales grâce à la réduction du temps de travail et la démocratisation du temps libre. A partir de là, le tourisme amorce une expansion et une diversification de ses pratiques qui ne cessent depuis de croître (Boyer, 1996).

Aujourd'hui, le tourisme est un secteur pluriel en expansion croissante. Tourisme culturel, tourisme d'aventure, tourisme de nature, tourisme ethnoculturel, tourisme religieux, sont autant de vocables, et il en existe bien d'autres, que l'on retrouve dans ce secteur d'activités et qui illustrent bien la diversité qui le caractérise. Mais que se joue-t-il derrière ces mobilités contemporaines ?

2.1.1 Le touriste et sa culture

Parmi les premiers chercheurs qui se sont attelés, dès les années 70, à l'étude du touriste figurent en grande majorité des sociologues. En particulier Cohen (1979) et MacCannell (1973) qui, les premiers, questionnèrent le touriste sous l'angle de paradigmes préexistants en anthropologie, tels que la dialectique « espace profane (le quotidien) et espace sacré (le voyage), la vie et la mort, Ego et l'Autre » (Michaud, 2001, p.6). Ces auteurs apporteront aussi des tentatives intéressantes de théorisation et parfois, c'est le cas de Cohen, de typologie du touriste. Par la suite, d'autres aborderont ce protagoniste sous des angles différents tels que ses motivations (Affergan 1987,

Amirou, 1995), les façons de faire du tourisme (Michel, 2004) ou encore les origines du tourisme (Boyer, 1996). Il ressort de ces recherches plusieurs points intéressants concernant ce protagoniste.

Le touriste est motivé par un désir d'ailleurs vieux de plusieurs siècles. En effet, comme l'a brillamment démontré Affergan (1987), si les manuels d'histoire ont évincé les motivations profondes au profit de celles économiques et territoriales, notre imaginaire collectif - lui - est encore habité par les desseins des grandes découvertes. Un désir d'ailleurs, une soif de connaissance du monde et un droit de désirer l'autre, telles furent les véritables motivations des explorateurs des XVème et XVIème siècles. Et, aujourd'hui, ces aspirations habitent encore la démarche touristique.

MacCannell fut le premier, en 1973, à lier ce désir d'ailleurs à l'aliénation contemporaine du monde occidental. Emporté malgré lui par la vague d'industrialisation et de mondialisation vécue comme une disparition des racines et entraînant perte de sens et solitude, le touriste serait en quête d'authenticité. Une authenticité relevant de l'originel, d'un passé immuable et traditionnel, faisant ainsi du tourisme une forme laïque de pèlerinage (Amirou, 1995). «Un pèlerinage sur les lieux de la grandeur passée» précise Michel, où se trame par un « devoir de voir » : « Le nécessaire devoir d'Histoire devient un imaginaire devoir de touristes » (Michel 2004, p. 255). Cohen, en 1979, proposa quant à lui une typologie du touriste en fonction du degré d'aliénation vécu par l'individu vis-à-vis de son propre « centre » et qui occasionne une recherche d'un autre « centre » dans l'ailleurs. Ce « centre », dont le

touriste tente de s'éloigner pour se rapprocher d'un autre, est basé sur des valeurs sociales et culturelles construites à partir d'un contexte spécifique et vécues de façon tout autant spécifique par l'individu. D'où la pluralité de types de touristes que Cohen classifient en cinq « modes ». Le mode « récréatif » est orienté sur le divertissement et le mode « de diversion » est similaire mais dénué de signification. Le mode « expérientiel » réfère aux individus en quête d'expériences sans qu'il soit toutefois nécessairement question de spiritualité, tandis que celui « expérimental » correspond à la démarche d'individus s'engageant dans une quête spirituelle alternative et étroitement liée à une non-adhésion aux valeurs de leur société d'origine. Enfin, le mode « existentiel » renvoie aux individus qui, par le biais touristique, recherchent leurs propres racines culturelles. Le voyage du touriste est donc double : à la fois physique, ancré dans le réel, et, intérieur. Aux trois « D » de Dumazedier (1962) : détente, divertissement et développement, Amirou (1995) ajoute deux autres fonctions au tourisme : la socialisation et la dimension thérapeutique, à la fois physique et psychologique en termes d'autoréalisation.

Or, c'est chez un Autre que le touriste part en quête de ce qui lui manque chez lui: du lien social, le sens du jeu, de la fête, du partage ou encore du sacré. Et ainsi, « le non-ordinaire du touriste se vit dans l'ordinaire de l'Hôte » (Laplane, 1996, p. 92). Mais cette altérité recherchée dans le voyage, solidement arrimée à une quête d'authenticité, relève d'un imaginaire : l'imaginaire de *Soi* et l'imaginaire de l'*Autre*. La littérature, que ce soient les récits des grandes découvertes, de voyages, les romans ou même encore la littérature anthropologique, toutes construisent et entretiennent

depuis des siècles des visions de cet Autre que le touriste désire et se doit de voir. Aujourd'hui d'autres supports, comme le cinéma, Internet et bien sûr la publicité de l'industrie touristique, viennent s'ajouter à ce foisonnement d'exotismes à découvrir.

En somme, le touriste, qui fut considéré un temps comme un être animé par un désir superficiel - représentation qui imprégna certaines approches disciplinaires, notamment celle de Boorstin (1964) - est, selon d'autres auteurs dont MacCannell (1973), un individu en quête de Soi. Et cette quête passe, entre autres, par une quête d'un Autre qui lui permettrait de se (re)trouver. Comme l'a explicité Affergan (1987, p. 46) : « On attend d'une altérité inconnue mais souvent imaginaire une contribution aux fondations de ses propres origines ».

2.1.2 L'hôte et sa culture

L'étude des visités commence plus tardivement et les populations réceptrices étudiées sont majoritairement celles des pays du Sud. Elle émerge dès les années 70 mais ne se développe réellement qu'à partir des années 90 et cette composante est principalement investie par des anthropologues et des ethnologues. Cet intérêt tardif fut interprété, notamment par Nash dès 1981, comme une réaction à un mépris du touriste qui vient s'immiscer sur le terrain des représentants de ces disciplines, et du tourisme en général, appréhendé comme une activité frivole n'étant pas digne d'intérêt (Thierry, 2000). Ce mépris n'est d'ailleurs pas propre qu'à ces derniers. L'idée d'être touristes est

insupportable aux touristes eux-mêmes. Et cette idéologie anti-touristique prend racine dans une opposition entre voyageur et touriste. Le second n'étant pas conforme au mythe du « vrai » voyageur qui structure l'imaginaire du voyage, il est déconsidéré (Urbain, 1998). En somme, le « mépris du touriste est d'origine interne » (Urbain, 1991, p. 13).

Les recherches menées sur les populations d'accueil sont centrées sur « les rapports entre les sociétés locales et leur entrée dans la modernité par le tourisme comme facteur de développement » (Thierry, 2000, p. 8). L'Organisation Mondiale du Tourisme perçoit du reste cette industrie comme une « locomotive du développement local » (Lanfant 1994, p. 435). L'idée étant qu'en occasionnant un transfert de capitaux des pays du Nord vers ceux du Sud, cette activité pourrait améliorer les conditions d'existence de ses habitants. Les questionnements sur l'interaction entre local et global que ces nouvelles formes de mobilité génèrent ont révélé que le tourisme agit comme un levier d'intégration à l'échelle mondiale (Thierry, 2000). Comme le souligne ici Lanfant (1994, p. 435) : « Sous la poussée du tourisme, la société [réceptrice] est amenée à s'ouvrir progressivement sur les données de l'économie mondiale et à penser sa place dans le monde en fonction de critères allogènes ». Dans un même temps, la demande touristique occasionne une transformation des biens culturels matériels et immatériels et des sociétés en produits touristiques (Lanfant, 1994).

Ces caractéristiques inhérentes au phénomène lui-même ont eu tendance à susciter de l'inquiétude au sein des sciences humaines et sociales. La modernisation des sociétés non-occidentales est encore souvent dénoncée comme une menace

d'homogénéisation culturelle du monde et, dans cette perspective, le tourisme apparaît comme l'un des catalyseurs de ce processus, voire comme une forme d'impérialisme (Nash, 1977). Le résultat de cette approche teintée d'ethnocentrisme est que le tourisme a souvent été appréhendé à la lumière de ses *impacts* : environnementaux, sociaux, culturels, identitaires. Dès lors, selon les points de vue, les transformations qu'il occasionne sont perçues soit positivement comme la preuve d'une flexibilité et d'une adaptabilité culturelle, soit négativement comme le signe d'une dégénérescence (Michaud, 2001).

Plusieurs auteurs ont depuis remis en question cette approche centrée sur l'idée d'impact. C'est le cas de Marie-Françoise Lanfant (1994). Cette anthropologue s'y est fortement opposée en révélant le caractère subjectif et réducteur :

Nous dénonçons le système conceptuel sur lequel cette problématique de l'impact repose; principalement le fait qu'elle pense en termes d'extériorité les rapports tourisme et société, tourisme et culture locale, ce qui aboutit souvent à faire du tourisme un corps étranger et du touriste un intrus, un agent de contamination. Pour nous, l'important est de donner à la société son statut d'acteur. Nous analysons l'activité touristique en termes de systèmes d'actions et de décision et le touriste en sa qualité de sujet comme un acteur à part entière dans la société. (p. 436)

Certains postulats moralistes ou ethnocentrés ont ainsi longtemps habité les approches conceptuelles de l'étude des populations réceptives. Au-delà de ce travail d'autocritique qui semble aujourd'hui assimilé, il ressort toutefois que le tourisme peut effectivement entraîner une folklorisation des cultures (Michel, 2006). Pour Christin (2006), le tourisme entraîne également une standardisation des espaces d'accueil, des mentalités des sociétés réceptives et des pratiques touristiques elles-mêmes. Mais le tourisme peut aussi donner lieu à des renaissances culturelles. Certaines des sociétés et

cultures qui, hier encore étaient souvent considérées comme vouées à disparaître sous la pression du processus de globalisation, ont trouvé dans le tourisme « un moyen de survie en faisant renaître et leurs survivances et leurs survivants » (Lanfant, 1994, p. 438).

Cette dualité produite, et aujourd'hui constatée, tend à considérer les termes « identités » et « tourisms » non plus sur « le mode du conflit (*Tourismes vs Identités*) mais sur celui du *lien*, entre tissage et métissage (*Tourismes & Identités*) » (Michel & Furt, 2006, p. 9). L'intégration à la modernité par le biais touristique ne semble donc pas incompatible avec une mouvance d'affirmation identitaire. Lanfant (1994, p. 438) estime d'ailleurs que ces deux dynamiques coexistent et même se coproduisent dans le phénomène touristique :

Si l'on veut circonscrire la problématique de l'identité dans ce champ de recherche, il convient de mettre en réciprocity de perspectives deux processus qui se développent simultanément et qui peuvent paraître contradictoires : d'un côté la diffusion du tourisme dans l'économie mondiale engendre extraversion, dé-territorialisation, globalisation ; d'un autre côté, il concourt au ré-enracinement des identités, dans un territoire, un système de filiation, un patrimoine, un grand ancêtre fonctionnant comme points d'appui. Et nous observons un continuel tiraillement entre la mobilité qui suppose l'élan vers la modernité et l'appel à l'identité qui suppose l'égalité à soi-même. Tradition-modernité sont tour à tour écartelées et rapprochées dans des schémas inédits où chaque fois se joue l'épreuve d'identité.

Associer « épreuve » et « identité » semble s'avérer effectivement pertinent dans le contexte touristique. Comme le dit Michel (2006, p. 45) : « le tourisme joue de l'identité comme d'ailleurs de l'ethnicité sans mesurer les risques et les enjeux de ce jeu dangereux ». Trésor qui fait l'objet d'une quête chez les uns, transformée en « produit touristique » chez les autres, l'identité apparaît comme le point névralgique du

phénomène touristique. Et en tant qu'espace-temps, le tourisme est une forme de rencontre interculturelle entre ces deux groupes, mais celle-ci a des caractéristiques qui lui sont propres et qui, bien souvent, conditionnent la rencontre entre visiteurs et visités. De plus, il est essentiel à la compréhension du phénomène touristique de ne pas faire l'impasse sur l'analyse de ces spécificités.

2.1.3 Le secteur touristique

La transaction touristique est la troisième composante du tourisme selon Nash (1978) et Cohen (1979). Michaud se montre très critique sur les connaissances acquises à ce sujet. Il considère que la question de la rencontre et de l'échange dans le système touristique a été trop rapidement confinée au terrain conceptuel déjà balisé de l'altérité et de l'acculturation. Il conclut en disant: « A la limite, la banalisation ainsi provoquée donne à penser que les enjeux qui s'y trouvent seraient sans particularités » (Michaud, 2001, p. 7).

Il ne fait nul doute en effet que cette rencontre touristes-hôtes recèle des singularités qu'il conviendrait de questionner davantage. Oublier l'aspect marchand au cœur de cette rencontre serait une erreur. C'est Nash le premier qui, en 1981, aborda de front l'importance du « secteur touristique » en tant qu'intermédiaire entre visiteurs et visités et, de ce fait, la nécessité de l'intégrer à la recherche. Mais, là encore, la question est délicate puisque les touristes, comme l'industrie touristique, nient souvent cette dimension, y préférant une vision romantique de rencontre authentique vidée des préoccupations économiques.

Les pratiques touristiques se trouvent en effet dans un rapport paradoxal à l'économie : d'un côté, il est courant de valoriser le marché touristique ; de l'autre, les touristes et les professionnels du tourisme coproduisent un déni des caractéristiques marchandes des services et une relation enchantée au monde social. (Réau & Poupeau, 2007, p.10)

Effectivement, le paradoxe touristique et son dilemme reposent dans le fait que, pour reprendre l'expression de Lanfant (1994, p. 436), le tourisme est « une consommation d'un objet qui n'a pas de prix, une consommation de jouissance ». Dans son article intitulé *Identité, Mémoire, Patrimoine et « Touristification » de nos sociétés*, elle met en lumière comment le secteur touristique - qu'elle nomme « l'appareil de production touristique » – transforme le patrimoine, la culture, l'identité elle-même en produit. Le patrimoine est d'ailleurs nommé « le gisement touristique » dans le vocabulaire marketing (Lanfant, 1994, p. 435).

Or, dans ce contexte, *l'authenticité* dont les touristes sont en quête devient un argument de vente, une « valeur ajoutée » du produit. Michel (2000), dans son ouvrage *Désir d'ailleurs*, ne cesse de multiplier les exemples de guides, d'affiches ou encore de spots publicitaires produits par l'industrie touristique dont le registre de discours est pétri des représentations qui habitent la démarche des touristes : la pureté originelle, la grandeur passée ou encore le retour à soi. Ainsi, pris par les règles du marché capitaliste et de la société de consommation, le secteur touristique entretient, nourrit et même souvent construit l'imaginaire produisant une attraction vers telle ou telle destination, célébration ou encore vers tel ou tel peuple. La notion d'identité est ainsi omniprésente dans l'appel d'offre du secteur touristique et « cet appel répercuté au niveau local des sociétés d'accueil prend le sens d'une demande à satisfaire dans le réel » (Lanfant, 1994,

p. 437). D'autant plus rapidement et fortement que les retombées économiques sont importantes et que l'appareil d'État en appuie le développement. En conséquence de ce système et de la pression qu'il génère, Lanfant en vient à penser les produits touristiques comme des « néo-traditions » :

La néo-tradition est une tradition manufacturée, recomposée à l'image des motivations que le marketing prête aux touristes. Elle est mimée sur l'ancienne, reconstruite à partir d'agréats de folklores empruntés à des sources différentes et mélangés dans des formes syncrétiques qui sont censées satisfaire tout le monde en brouillant les références premières. (1994, p. 438)

Cette « touristification » émane, selon Lanfant, d'un processus. Et elle estime que lorsque ces constructions sont présentées comme authentiques aux touristes, on bascule dans le simulacre. Un simulacre dont les touristes s'accommodent bien selon Cohen (1988), pour peu qu'ils y trouvent leur compte sur le plan émotionnel. Cet auteur dénonce du reste l'impasse dans laquelle peut mener cette notion d'authenticité qui cloisonne la recherche à des catégories restrictives. Taylor (2001), quant à lui, propose la notion de *sincérité* plutôt que d'authenticité. Ce qui compte, c'est que la population hôte y voit quelque chose de vrai et représentatif d'elle-même. Turner (cité dans Michel, 2000, p. 197) estime quant à lui que dans le tourisme l'authenticité est quasi impossible : « Le tourisme est paradoxalement une quête de cultures locales authentiques mais l'industrie touristique, en créant l'illusion de l'authenticité, renforce en fait l'expérience de simulation sociale et culturelle ».

Bien que la simulation d'authenticité touristique existe, ces propos apparaissent quelque peu sévères et pessimistes. En guise de parade, Michel propose de repenser le voyage lui-même et invite les touristes à insuffler à leurs itinérances de la lenteur et une

curiosité empreinte d'ouverture d'esprit (Michel, 2000, 2004). D'autre part, la proposition de Taylor - aborder les produits touristiques par la notion de sincérité plutôt que d'authenticité – semble plus prometteuse. D'autant que, comme l'a explicité Lanfant (1994, p. 437), en élaborant des produits touristiques à partir d'un brassage des signes identitaires, le secteur touristique et son appareil de promotion en viennent à indirectement intervenir dans « la définition des emblèmes, marqueurs et supports des identités locales ». En somme, le secteur touristique navigue en plein paradoxe. D'un côté, il contribue à faire rentrer dans l'économie mondiale les sociétés anciennement appelées « primitives » et participe à leurs transformations et d'un autre, il promeut ces dernières comme étant encore vierges de tout changement.

En conclusion, malgré le fait que les motivations humaines qui ont suscité son émergence soient anciennes, le tourisme est une dynamique relativement récente, ancrée de plein pied dans la modernité. Il est encore souvent défendu pour les promesses de développement qu'il peut offrir aux populations pauvres, et également critiqué pour la folklorisation des cultures qu'il peut entraîner. En tant que champ d'étude, il a généré de l'engouement comme du mépris et les sciences humaines ont mis du temps à l'aborder de façon neutre. Néanmoins, les nombreuses recherches qui y furent appliquées ont mis en lumière la complexité de ce phénomène qui implique trois protagonistes en interaction, ayant chacun des motivations différentes et souvent contradictoires. En outre, la dimension identitaire y joue un rôle central puisque, comme nous venons de le voir, elle habite la démarche de ces trois protagonistes : l'identité de l'Autre, souvent

imaginaire, qui ramène le touriste à lui-même, une identité-fondation sur laquelle se battit une industrie qui en fait commerce et enfin l'identité d'un groupe qui, bon gré malgré, par le biais touristique, se donne à voir.

2.1.4 Lacunes relevées et postulats de recherche choisis

L'approche de Lanfant nous apparaît comme la plus pertinente au regard de l'objet d'étude et des objectifs de la présente recherche. La notion d'impact représenterait effectivement une impasse à la compréhension du phénomène de touristification du capteur de rêves chez les Autochtones. Partir de ce postulat conduit nécessairement à penser en termes de positif ou négatif et à aborder les Autochtones en tant que victimes du système touristique plutôt qu'en tant qu'acteurs, approche particulièrement inappropriée ici puisque le tourisme autochtone du Québec est parti d'initiatives internes et non externes. En outre, un tel paradigme ne permet pas, de notre point de vue, d'appréhender avec neutralité et donc de rendre compte objectivement des dynamiques identitaires à l'œuvre dans le processus de touristification, notamment parce que ces dernières y sont questionnées en termes de conséquences et non de stratégies ou de négociations.

D'autre part, les dimensions à l'étude dans cette recherche, celle d'affirmation identitaire et celle d'intégration à la modernité, apparaissent comme doublement pertinentes. Elles habitent, comme nous le savons, la réalité actuelle autochtone et sont à l'origine du choix du tourisme comme voie privilégiée du développement économique

des communautés. Mais elles apparaissent également comme inhérentes au phénomène touristique lui-même. Et il ressort qu'elles ne doivent pas être questionnées en terme de mouvements contraires qui s'opposeraient, mais plutôt comme deux dimensions d'une même dynamique dans laquelle elles coexistent simultanément, voire se coproduisent.

Enfin, comme nous venons de le voir, les recherches sur le tourisme se sont le plus souvent centrées sur l'un ou l'autre des trois protagonistes, à savoir le touriste, la population hôte ou le secteur touristique. Là réside, de notre point de vue, l'une des lacunes de ce champ d'étude. En tant que système impliquant ces trois protagonistes, il est essentiel à la compréhension d'un phénomène touristique de questionner leurs interactions. En outre, comme nous le savons, la touristification du capteur de rêves semble susciter des opinions divergentes chez les Autochtones. Dès lors, il est apparu pertinent d'orienter cette recherche sur les représentations et les perceptions que ces trois protagonistes ont vis-à-vis du capteur de rêves et de sa touristification. La confrontation des différents points de vue fournira ainsi une vue d'ensemble du phénomène à l'étude.

Ces postulats impliquent donc de reconstruire, étape par étape, le processus de touristification du capteur de rêves et d'y identifier les expressions des dimensions à l'étude d'une part, et de questionner les perceptions qu'en ont les trois protagonistes d'autre part, à savoir le secteur touristique et la population locale autochtones ainsi que les touristes. Mais, comment identifier les dynamiques d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité à l'œuvre dans le phénomène de touristification du capteur

de rêves ?

Aborder ce phénomène à partir de concepts propres à l'invention de traditions nous est apparu comme un choix pertinent. En effet, la théorie de l'invention de traditions se prête bien au phénomène de touristification. Rappelons-le, Lanfant (1994) définit les productions touristiques comme des « néo-traditions ». Du reste, quelques chercheurs en sciences du tourisme ont utilisé ce concept. C'est le cas notamment de Sara Le Menestrel (2004) qui l'appliqua aux festivals cadiens de Louisiane. Cela lui permit de mettre en lumière comment le tourisme participe à la production de traditions. Elle conclut en estimant qu'à présent il convient « d'étudier les mécanismes de la production des traditions, leurs usages et les manipulations dont elles font l'objet » et que, pour ce faire, la notion d'invention revêt « une vertu heuristique » (Lemenestrel, 2004, p. 208). C'est par conséquent dans cette voie que nous allons à présent chercher les éléments permettant d'étayer le cadre conceptuel de la présente recherche.

2.2 Le paradigme de l'invention de traditions

La thèse d'invention des traditions nous semble avoir une valeur heuristique importante qui fait d'elle un outil conceptuel riche et perspicace. Son utilisation peut s'avérer très utile aujourd'hui où le monde vit des changements rapides. Mais ce concept est complexe, tout comme l'histoire de son émergence et de son utilisation. A bien des égards, il a bousculé et chaviré encore des postulats disciplinaires dont il est difficile et pourtant nécessaire de se défaire, en particulier pour les sciences du tourisme. Ainsi,

pour bien le comprendre et savoir le manier, il est indispensable de retracer l'évolution que ce concept a suivie. Cette synthèse permettra d'une part de désamorcer les pièges théoriques et les impasses dans lesquels il a pu mener, mais également de déceler sa vraie nature et de fait, sa vraie richesse conceptuelle afin de l'utiliser à bon escient. Et, en l'occurrence, c'est à Eric Hobsbawm que nous devons l'élaboration du concept de traditions inventées.

2.2.1 La thèse d'Eric Hobsbawm

Eric Hobsbawm est un historien britannique né en 1917. En 1983, il dirige avec Terence Ranger, la publication de l'ouvrage collectif *The invention of Tradition* et en rédige l'introduction dans laquelle figure les premiers jalons de son concept d'invention de traditions. Celui-ci pourrait être très sommairement résumé ainsi : Dans une société donnée devant faire face à une période de changements rapides engendrant une rupture avec le passé, de nouvelles traditions sont inventées. Inventées au sens où leur lien au passé, source de légitimité et de ce fait d'efficacité symbolique, est partiellement ou largement factice. Les traditions de ce type ont alors pour fonction de conserver une cohésion sociale malgré les changements survenus.

Dans son ouvrage *Nations et nationalismes : program, myth, reality*, publié en 1990, il approfondit le travail amorcé en 1983 sur la prolifération de traditions inventées engendrées par la modernité. En effet, selon Hobsbawm, la modernisation politique et sociale amorcée avec la révolution française, concrétisée par la pensée des Lumières et

finallement entérinée par l'émergence de l'idéologie du nationalisme ethnoculturel, a engendré une rupture historique et a profondément changé le rapport que les individus entretenaient avec la culture. Comme l'explique ici Babadzan (2004, p. 117) :

(...) par le simple fait de devenir un « peuple », les citoyens d'un pays devinrent une sorte de communauté, bien qu'imaginaire, et ses membres en vinrent donc à chercher, et donc à trouver, des choses en commun, des lieux, des pratiques, des héros, des souvenirs, des signes et des symboles.

Ce nouveau rapport à la culture, qui fait figure de révolution idéologique chez Hobsbawm, va engendrer des changements profonds et, selon lui, les traditions inventées viennent servir cette dynamique en y apportant un semblant de continuité historique.

Bien que, dès 1983, ce concept de traditions inventées fut repris et appliqué par de nombreux chercheurs en sciences humaines, il demeure que ce paradigme intéressa davantage des sociologues, des historiens, des politologues, que des anthropologues ou des ethnologues (Babadzan, 2004 ; Linnekin, 1991). Ces derniers semblent avoir eu plus souvent à cœur de le critiquer. Le débat que le concept suscita et la banalisation dont il fait encore aujourd'hui l'objet au sein de cette discipline, témoignent de sa contribution à ce que bon nombre d'auteurs ont appelé « la crise de l'anthropologie ».

2.2.2 La réception du concept en anthropologie

Allan Hanson (1989) fut le premier anthropologue à appliquer le concept d'invention des traditions, en l'occurrence, à la société maorie contemporaine. Dans son

article, *The making of the Maori : Culture invention and its logics*, il met en lumière certaines traditions inventées des Maoris et, à travers elles, les modalités du processus d'invention culturel. Il révèle, entre autres, qu'elles sont depuis un siècle l'œuvre conjuguée à la fois des autorités locales, des anthropologues et des Maoris eux-mêmes (y compris des anthropologues maoris). Cet article fit scandale car il fut reçu par certains, au sein de la discipline mais aussi à l'extérieur, comme une attaque à l'authenticité de la culture maorie contemporaine. A partir de là, une longue discussion, parfois houleuse, commença et deux voies s'ouvrirent : celle des « inventionnistes » qui défendent le concept pour sa valeur heuristique et celle des « non-inventionnistes » qui jugent problématique et dangereuse son utilisation (Douaire-Marsaudon, 2002/2003).

Que tous les représentants de la discipline aient choisi un camp ou non, il demeure qu'en remettant en question la prétendue « immémorialité » des traditions, le concept de traditions inventées a donné lieu à un débat qui bouscula certains des postulats les plus chers de l'anthropologie. Notamment, le culturalisme, ce paradigme voulant que la culture, et par extension les traditions, forment une essence, immuable et éternelle, toute prête à être recueillie par le chercheur. Postulat fragile et handicapant que Babadzan (2004, p. 324) n'hésite pas, à raison de notre point de vue, à qualifier de « maladie infantile de l'ethnologie ». Le culturalisme pousse à chercher des continuités, quitte à mettre de côté les ruptures engendrées par la colonisation et la modernité et, de ce fait, les stratégies mises en place pour y répondre, à savoir notamment les traditions inventées. Cette remise en question, si elle est achevée pour certains pères de la

discipline, n'est pas encore intégrée par tous, comme l'illustrent les critiques qui ont été faites à l'égard du concept et la banalisation dont il fait aujourd'hui encore l'objet.

La critique la plus récurrente, celle-là même qui banalisa le concept d'invention de traditions, consiste à le fondre dans l'innovation culturelle. Comme l'atteste Dimitrijevic (2004, p. 9) : « conçue pour rendre compte des discontinuités et des ruptures introduites par la modernité, elle tend à se transformer en un lieu commun du changement perpétuel des sociétés ». Or, cette position s'avère réductrice car, comme l'a rétorqué Babadzan (2004), elle nie le fait que toutes les sociétés n'entretiennent pas le même rapport à la culture, ni le même lien d'appartenance.

Une autre critique fréquente est celle de la continuité à l'œuvre dans les traditions inventées. L'idée étant que comme il y a des éléments anciens, voire traditionnels dans les formes modernes, il y a continuité. Or, c'est bel et bien le fait qu'elles poursuivent des objectifs profondément modernes, et non plus traditionnels, qui caractérise les traditions inventées pour Hobsbawm. Ces inventions ne peuvent donc pas être considérées comme en continuité avec le passé, même lorsqu'elles font appel à des « éléments dé-contextualisés du passé » (Babadzan, 2004, p. 321). Ce lien étroit qui unit le concept d'invention de traditions à la modernité fut un élément trop souvent ignoré par les anthropologues (Babadzan, 2004).

Enfin, un autre aspect du débat concerne la notion d'authenticité. A ce sujet, les « non-inventionnistes » dénoncent la dangerosité du concept qui, mettant en lumière le caractère inventé des nouvelles traditions autochtones, peut porter atteinte à leur dynamique d'affirmation identitaire. Cette dernière était alors perçue comme une

reconstruction post-coloniale et, de ce fait, l'utilisation du concept comme une forme académique de colonisation. Les « inventionnistes » quant à eux nourrissent l'idée que les Autochtones s'inventent un passé à la lumière de concepts occidentaux, comme le mythe de l'âge d'or présent dans les mythes contemporains maoris qu'Hanson a mis en lumière. Ce postulat, outre le fait qu'il nie les impacts des contacts entre les cultures, des processus d'emprunts et de réappropriation, était perçu négativement et dénoncé comme tel (Douaire-Marsaudon, 2004).

Il est alors intéressant de chercher à comprendre l'origine de cette banalisation du concept d'invention de traditions en un processus universel et intemporel et celle de ces prises de positions moralisées. Douaire-Marsaudon (2002, p. 5) y voit le symptôme d'une crainte :

On peut se demander si, au travers de l'entreprise qui consiste à dénoncer, dans l'invention de la tradition, cette contamination occidentale, ne se révélerait pas, pour certains anthropologues, une crainte, celle d'une réduction d'altérité, réduction d'altérité dans laquelle ils auraient quelque chose à perdre.

Cette crainte ne proviendrait-elle pas également d'une certaine nostalgie pour une époque révolue de l'anthropologie où la culture, en tant qu'essence, était toute prête à être recueillie par le chercheur ? N'est-ce pas cette même crainte qui handicapa un temps les sciences du tourisme ?

Enfin, dès les premières années de ce débat, certains auteurs, notamment Linnekin (1991, p. 446), ont tenté d'expliquer les raisons d'une telle suspicion à l'égard du concept par les uns et d'une forme d'acharnement en dépassant l'objet par les autres : « The tender point appears to be the analytic deconstruction of authenticity when applied to cultural representations asserted by indigenous peoples ».

La notion d'authenticité semble effectivement être le nœud du problème. Si elle n'apparaît que très peu dans la thèse d'Hobsbawm, qui était davantage centrée sur celle de lien au passé, elle y est néanmoins centrale. Il est donc impératif d'aller questionner cette notion. Qui plus est, elle fait de ce concept un outil particulièrement intéressant à notre étude sur la touristification du capteur de rêves puisque, comme nous l'avons vu précédemment, cette notion est centrale dans le tourisme.

2.2.3 La notion d'authenticité

Dans son article publié en 1987 et intitulé *La tradition n'est plus ce qu'elle était*, Gérard Lenclud propose une réflexion déconstructive du concept de tradition en ethnologie. Selon lui, pour étudier les traditions, il convient d'abord de se détacher de deux présupposés. D'une part, l'idée que la tradition est toute prête à être recueillie et stockée dans la connaissance - on retrouve là la critique des postulats essentialistes évoquée précédemment - d'autre part, il est nécessaire de se détacher de notre représentation de l'historicité qui veut que la vérité de la tradition est d'ordre chronologique. Ce message culturel conduit à penser que plus elle est ancienne, plus une tradition est légitimement agissante. Selon lui, la tradition est en réalité une interprétation du passé. En cela, elle est le produit d'une « filiation inversée » : « (...) loin que les pères engendrent les fils, les pères naissent des fils. Ce n'est pas le passé qui produit le présent mais le présent qui façonne son passé » (Lenclud, 1987, p. 118).

Par ailleurs, Lenclud ajoute qu'une tradition a toujours une fonction

(nécessairement moderne dans le cas des traditions inventées pour Hobsbawm). Et, pour être efficace, elle doit se montrer ou s'afficher comme symboliquement authentique. Sur ce point, les différents auteurs semblent s'entendre (Hobsbawm 1983, Lenclud 1987, Hanson 1989, Linnekin 1991). Par conséquent, l'idée de tradition et celle d'authenticité sont intimement liées dans un rapport de corrélation. Dans le sens commun, le mot même de « tradition » ne porte-il pas d'ailleurs en lui l'idée d'authenticité ? Cela explique également pourquoi déconstruire l'origine d'une tradition peut être perçu comme une remise en question de son authenticité.

L'authenticité attribuée à une tradition, inventée ou non, est donc ce qui lui confère son efficacité symbolique et émane d'un processus de construction sociale. Hanson décrit ce processus comme étant ordinaire, « an activity of the same sort as the normal, everyday process of social life » (1989, p. 899). Pour reprendre l'exemple décrit par Hanson, la réalité culturelle et historique des Maoris s'est tissée à partir de déformations, certaines provenant de l'extérieur, comme les interprétations des anthropologues et des historiens, et d'autres de l'intérieur, propres aux Maoris. Ce tissage est tel qu'il est impossible de le démêler pour distinguer les parties originelles, celles inventées ou encore celles empruntées. En outre, ces distorsions ont été réappropriées comme des éléments authentiques dans la culture maorie et sont transmises de génération en génération. C'est là, semble-t-il, que réside le cœur de la notion d'authenticité, dans la relation que les individus entretiennent avec elle. Comme le rapporte Joël Candau (2004, p. 293) :

En réalité, c'est le rapport - pour une part naturellement contraint - que nous entretenons avec les choses du monde qui est lui-même le contenu traditionnel ou qui, plus exactement, est « traditionnant ».

En somme, ce qui importe, c'est le *rapport* que les individus entretiennent avec ce qu'ils catégorisent comme étant traditionnel. Dans cette perspective, le débat du vrai et du faux n'a pas de raison d'être.

À présent que la notion d'authenticité et sa fonction dans le processus d'invention de traditions ont été clarifiées, penchons-nous sur le rôle du chercheur.

2.2.4 Le rôle du chercheur

L'article d'Hanson sur les Maoris généra un débat houleux sur le rôle des sciences humaines. Ce dernier a été accusé de vouloir porter atteinte à l'identité maorie. Pourtant, comme le souligne Linnekin (1991), rien dans l'article ne remet en question l'authenticité de cette culture. L'objectif était de rendre compte du processus d'invention culturelle comme stratégie de (re)construction identitaire dans le contexte postcolonial de l'époque. Et, sur la question de l'authenticité, Hanson était très clair (1989, p. 898) : « (...) the analytic task is not to strip away the invented portions of culture as inauthentic, but to understand the process by which they acquire authenticity ».

Le concept d'invention des traditions est un outil théorique riche car il permet de déconstruire des phénomènes socioculturels complexes, ce qui est somme toute le but des sciences humaines et sociales. Néanmoins, les chercheurs ne doivent pas oublier que la démarche scientifique et son utilité ne sont pas toujours comprises de tous, en

particulier lorsque les recherches touchent à des points sensibles, sur le plan émotionnel et politique, chez des groupes engagés dans une dynamique de revendication et d'affirmation. Linnekin (1991, p. 446) évoque ce problème et propose une solution pertinente :

This potential political vulnerability is, I suggest, an unintended consequence of the cultural invention argument, but one that anthropologists must confront nonetheless. (...) An alternative research direction is to apply the thesis of cultural invention equally to Western discourse and to the interaction between indigenous and colonial cultural representations.

Effectivement, il convient de ne pas s'éloigner de l'objectif scientifique qui vise à comprendre un phénomène et le décrire, plutôt qu'à porter un jugement de valeur. Dans cette même optique, il est essentiel d'appliquer ces questionnements de recherche également à sa propre pensée culturelle. Enfin, les chercheurs doivent être vigilants quant au rendu de leur recherche en n'oubliant pas que l'utilisation de certains concepts peut froisser les non-scientifiques. Nous suggérons qu'une volonté de vulgarisation permettrait souvent d'éviter ce problème et contribuerait en outre à décroïsonner les connaissances, rendant ainsi la recherche plus accessible et, de ce fait, plus utile.

Ayant décidé d'utiliser des concepts propres à la thèse de l'invention de traditions, nous nous positionnons de fait en faveur des « inventionnistes ». Néanmoins, nous estimons qu'il n'y a plus lieu de débattre sur certains points comme ils ont pu le faire. Notre propos n'est pas ici de rendre compte d'une continuité ou d'une discontinuité historique. De notre point de vue, l'Histoire est toujours faite de changements et parfois de déchirures. Notre rôle de chercheur n'est pas alors de porter un jugement subjectif,

mais de chercher à décrire objectivement les stratégies mises en place en réaction. Il n'y a pas lieu non plus de considérer les influences de la pensée occidentale sur celle autochtone comme des contaminations ou vice-versa. La relation coloniale passée entre les non-Autochtones et les Autochtones au Québec a indubitablement induit des influences *réiproques* et leur coexistence actuelle en génère de nouvelles. Aborder ces échanges à partir de ce postulat idéologique revient à enfermer les Autochtones dans une identité immobile et les priver une fois de plus, de leur statut d'acteur au regard de leur propre Histoire.

La thèse d'Eric Hobsbawm invite à une lecture transversale dénuée de tels présupposés ethnocentrés. Elle incite à questionner une réalité comme un système mouvant en fonction des nouveaux enjeux que l'Histoire exige de relever. En cela, elle nous est apparue comme un formidable outil conceptuel pour la présente recherche.

2.3 Cadre conceptuel et questions spécifiques de la recherche

L'intérêt de la thèse de l'invention de traditions est qu'elle fournit des outils conceptuels à la compréhension des « négociations identitaires » à l'œuvre dans le processus de transformation du capteur de rêves en produit touristique (Babadzan, 2004, p. 322). À partir de ces outils et des connaissances acquises sur le tourisme, quatre notions ont été dégagées et constituent le cadre conceptuel de cette recherche : processus, enjeux, lien à l'authenticité et au passé.

La notion de processus

Le phénomène de touristification du capteur de rêves est ici appréhendé comme un processus, jalonné par différentes étapes au travers duquel cet objet a été transformé en produit touristique. L'objectif est alors de retracer ces étapes et d'identifier au sein de chacune d'entre elles, d'une part, les facteurs et les acteurs, internes comme externes, qui ont joué un rôle dans ce phénomène et, d'autre part, les éléments qui témoignent de cette double mouvance d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité. Mais cette notion est double, elle renvoie également au processus de construction de l'authenticité que Hanson (1989) qualifie – rappelons-le - d'*ordinaire*.

La notion d'enjeu

Cette notion est centrale et renvoie à la dialectique que nous avons pris le parti de questionner dans le phénomène à l'étude, à savoir l'affirmation identitaire et l'intégration à la modernité. Ces enjeux seront questionnés à la lumière des *raisons* de la touristification du capteur de rêves, des *fonctions modernes* que ce dernier a acquises au cours de ce processus et enfin des *retombées attendues*. En outre, soulignons qu'intégrer la population locale et les touristes à la recherche permettra également d'évaluer les *retombées obtenues*.

La notion de liens au passé et à l'authenticité

Dans la thèse d'Hobsbawm, les liens au passé constituent la source de l'authenticité attribuée à une tradition inventée et, par là même, sa légitimité et son

efficacité symbolique. Nous tenterons donc d'identifier l'existence de liens symboliques au passé rattachés au capteur de rêves *et* à sa touristification. La notion de lien au passé vise en somme à identifier la charge symbolique attribuée à l'objet et les ancrages sociaux, culturels et identitaires à l'œuvre dans sa mise en tourisme.

Dans le concept de tradition inventée, l'authenticité est questionnée en tant qu'élément légitimant. Une tradition se doit d'être perçue comme authentique pour être légitime et symboliquement efficace. L'approche consiste alors à comprendre et décrire par quel processus une tradition acquiert de l'authenticité. Et c'est au cœur de ce processus qu'apparaît le lien au passé qui vient construire le caractère authentique d'une tradition et légitimer cette dernière.

Dans le tourisme, l'authenticité a une importance capitale. Mais la définition de cette notion dans ce contexte est ardue, autant que les réponses sont diverses. Et, à ce jour, aucun consensus ne semble avoir été posé (Iankova, 2008). Cette notion d'authenticité étant centrale, il apparaît nécessaire de revenir sur les différentes interprétations qu'en ont les sciences du tourisme. Resinger et Steiner (2006) distinguent trois courants de pensée à ce sujet : le modernisme, le constructivisme et le postmodernisme.

Les modernistes, incarnés par Boorstin (1961) et McCannel (1973) sont très critiques à l'égard de cette notion. Boorstin perçoit le tourisme comme source d'événements inauthentiques contribuant à une homogénéisation et une standardisation des pratiques touristiques. McCannel, déjà évoqué, se centre lui sur la quête d'authenticité du touriste. Le constructiviste Wong (1999, cité dans Iankova, 2008, p.

98) appréhende, quant à lui, l'authenticité comme « une interprétation socialement construite sur la vérité des choses observables ». Dans ce courant, l'authenticité peut être négociable et une grande importance est accordée à l'interaction entre touristes et hôtes dans sa construction. Ce courant est à l'heure actuelle l'approche dominante dans les sciences du tourisme. Certaines critiques demeurent toutefois au sujet de l'idée d'interprétation. Certains voient dans le fait de construire un discours attrayant pour les touristes le danger d'omettre, voire de falsifier, certains éléments. Enfin, le postmoderniste Cohen (1988) n'appréhende pas l'inauthenticité comme problématique. Selon lui, quand les productions sont bien faites, tout peut apparaître comme authentique et être vécu comme tel.

Un parallèle entre l'approche constructiviste et celle propre au concept d'invention de traditions émerge de façon évidente. Ils ont en commun l'idée que l'authenticité est une construction sociale. Néanmoins, d'une part, nous partageons l'opinion de Cohen (1988) qui perçoit cette notion comme handicapante à la recherche et, d'autre part, l'objectif de cette étude n'est pas de mesurer l'authenticité du produit touristique « capteur de rêves ». Cette notion vise plutôt à interpeler les liens symboliques à cet objet. En somme, à travers elle, c'est la dimension identitaire qui est questionnée. Rappelons-le, ce qui importe c'est le *rapport* que les individus entretiennent avec ce qu'ils catégorisent comme étant authentique. L'authenticité se bâtissant sur des liens au passé, ce sont ces derniers que nous tenterons de déceler dans les critères d'authenticité attribués au capteur de rêves. En cela, la notion d'authenticité représente pour cette recherche un médium et non une finalité.

Enfin, intégrer la population locale et les touristes à la recherche permet d'évaluer leurs perceptions à l'égard de l'authenticité du capteur de rêves. En ce qui concerne le premier de ces deux groupes, la notion de sincérité proposée par Taylor (2001) apparaît alors plus prometteuse que celle d'authenticité. La question sera donc de savoir dans quelle mesure le capteur de rêves est ou non un objet que les Autochtones estiment représentatif de leur culture et le cas échéant, de quelle culture il s'agit. En ce qui concerne la perception des touristes au regard de l'authenticité du capteur de rêves, l'approche constructiviste apparaît plus adéquate. L'idée que l'authenticité attribuée à un produit touristique dépend en partie de l'expérience qu'en fait le touriste s'avère en effet pertinente dans le cadre de cette étude. En effet, entre le simple achat en boutique sans aucune explication et l'atelier de conception de capteur de rêves animé par un Autochtone, l'offre en termes d'expérience est variée.

A présent que les concepts-clés ont été définis et explicités, voici les questions spécifiques de cette étude qui correspondent aux trois objectifs de cette recherche :

- Quels liens au passé en termes d'affirmation identitaire et perspectives d'avenir en termes d'intégration à la modernité peuvent être identifiés ou retracés dans le processus de touristification du capteur de rêves et dans ses enjeux ?

- Quelle perception la population locale autochtone a du capteur de rêves, de sa touristification et de ses enjeux ?

- Qu'est-ce que les touristes décodent de ce produit « capteur de rêves » qui leur est proposé ?

Cadre méthodologique

Qu'il s'agisse de recherches qualitatives ou quantitatives, la qualité des résultats dépend de la pertinence des méthodes utilisées pour obtenir et analyser les informations recherchées. Pour ce projet de recherche, la touristification du capteur de rêves a été choisie comme objet d'étude en tant que situation empirique. C'est la raison pour laquelle ce phénomène a fait l'objet d'une enquête de terrain. Or, nous savons que la réalité autochtone au Québec ainsi que son pendant touristique varient d'une communauté à l'autre. Cette enquête devait donc être circonscrite à une communauté. C'est par ce choix empirique et raisonné que débutera la description et l'explication du cadre méthodologique de cette recherche.

3.1 Le choix d'un terrain d'enquête : la communauté de Wendake

L'environnement des communautés est un facteur essentiel dans le développement d'activités touristiques. Le *shopping tour*, bien qu'il soit pratiqué dans des communautés rurales et éloignées comme nous le savons, demeure néanmoins une activité davantage développée dans les communautés urbaines. N'est-ce pas d'ailleurs le cas dans le tourisme en soi ? Le magasinage fait mondialement partie des attraits touristiques des villes. C'est la raison pour laquelle cette enquête se prêtait davantage à une communauté urbaine. Or, à l'échelle du Québec, le shopping tour amérindien est en

quelque sorte la spécialité de la communauté urbaine de Wendake. Sur une superficie de 1,46 km² seulement, on ne trouvait pas moins de six points de vente d'art et d'artisanat autochtone au moment de l'enquête en décembre 2008 (notons que l'une d'entre elles a fermé depuis). En outre, le capteur de rêves y est abondamment présent. C'est en premier lieu ces deux spécificités qui ont amené à choisir la communauté de Wendake comme terrain d'enquête pour cette étude de cas. Il convient donc de faire une brève présentation de celle-ci.

Wendake, couramment appelé le « village huron », est la seule communauté huronne-wendat de la Province. Elle se situe à 12 km de la ville de Québec et, au dernier recensement en 2001¹, 1555 personnes y vivaient. Aujourd'hui, seule la présence de symboles et d'objets autochtones ainsi que de panneaux signalétiques en français et en huron permettent au passant de savoir qu'il a pénétré dans une communauté amérindienne. En effet, cette proximité avec la ville et la population québécoise a conduit à une urbanisation de la communauté et une occidentalisation du mode de vie de ses habitants. Cette acculturation fut plus forte, mais également plus progressive, que pour la plupart des autres communautés qui ont vécu ces changements de façon plus abrupte au cours du siècle précédent (Iankova, 2008). Du fait, en autres, de ce contexte urbain, une part importante des traditions de la communauté huronne-wendat n'ont pas perdurées. Néanmoins, comme l'explique ici Iankova (2008, p. 102) :

1 Source Statistique Canada :
<http://www12.statcan.ca/francais/census01/Products/standard/themes/DataProducts.cfm?S=1&T=45&ALEVEL=2&FREE=0> (consulté le 15 février 2010)

Ce même contexte l'a cependant aidé à passer progressivement dans la modernité avec moins de distorsions sociales et de difficultés économiques. C'est une collectivité dont les habitants sont parmi les mieux nantis chez les autochtones.

En effet, comparativement à la plupart des communautés autochtones du Québec, les activités économiques de Wendake sont plus diversifiées. Parmi les secteurs les plus développés figurent les affaires, les finances et l'administration, le commerce, la production manufacturière et le tourisme. Le décrochage scolaire y est également moins élevé et le nombre d'Autochtones qualifiés plus important. D'ailleurs, cela se ressent au niveau de leurs revenus qui sont parmi les plus élevés chez les Autochtones. Selon Statistique Canada¹, en 2000, le revenu total médian s'élevait à Wendake à 20 041 \$, tandis qu'à titre d'exemple, à Manawan, communauté atikamekw éloignée située dans la région de Lanaudière, il s'élevait à 12 336 \$. Ces conditions ayant attiré des membres d'autres nations, la population autochtone de Wendake est multiculturelle. Sa position géographique lui a également permis de devenir en quelque sorte la capitale autochtone du Québec puisque de nombreuses institutions autochtones, tant sur le plan social que sur les plans politique et culturel, y ont installé leur siège (Iankova, 2007, 2008). Soulignons à ce sujet que la STAQ y a ses bureaux.

Grâce à la proximité de la ville de Québec, Wendake bénéficie aussi d'un achalandage important. Le village huron attire en effet plus de 35 000 visiteurs par année. À l'échelle des communautés du Québec, le développement touristique de

¹ Source Statistique Canada (2002):
<http://www12.statcan.ca/francais/census01/Products/standard/themes/DataProducts.cfm?S=1&T=45&AL=EVEL=2&FREE=0> (consulté le 15 février 2010)

Wendake est le plus avancé et le plus diversifié. Les nombreux services et produits touristiques qui y ont été développés correspondent à ceux des milieux urbains. A Wendake, les visiteurs ont la possibilité de faire du tourisme culturel grâce à la présence du musée huron-wendat, du musée de la maison Tsawhenhohi et de l'Hôtel-Musée des Premières Nations. Le site OnhoüA Chetek8e, aussi appelé le « site huron », est très populaire et souvent au programme de voyages organisés. Il propose quant à lui une visite guidée restituant au travers d'un décor reconstitué le mode de vie traditionnel huron, ainsi que des spectacles de danses et de chants hurons, des dégustations de mets amérindiens, une découverte de contes et légendes, ainsi qu'une présentation des différentes Premières Nations du Québec. A cela s'ajoutent diverses activités extérieures, notamment par l'accessibilité aux chutes Kamir Kouba qui ont été mises en valeur et la présence d'une piste cyclable ponctuée de structures végétales représentant les animaux symbolisant les huit clans de la nation huronne-wendat. Le tourisme événementiel y a également été développé au travers de plusieurs célébrations annuelles. Enfin, comme nous le disions, en raison du nombre important de boutiques, Wendake demeure le lieu privilégié de la province pour faire du shopping tour amérindien (Iankova, 2007).

Les boutiques, le site OnhoüA Chetek8e et l'auberge Aorhenche sont des PME familiales. Elles sont donc gérées par leurs propriétaires. Les autres activités et institutions touristiques sont quant à elles gérées par le gouvernement autochtone local, le conseil de bande. Et, en termes de politique touristique, cette distinction secteur privé/secteur public semble notable. Iankova (2008, p. 107) affirme que « le secteur privé est davantage enclin devant les touristes à jouer la carte toujours gagnante du

traditionalisme, alors que les agents du secteur public se sont chargés du mandat « d'éduquer » les touristes et de les habituer à la réalité contemporaine des Hurons ». D'autre part, les travailleurs du secteur public bénéficient de revenus stables puisqu'ils sont employés par l'État tout au long de l'année. En ce qui concerne les propriétaires de PME, en dépit des fluctuations dues à la saisonnalité du tourisme, leur situation est, selon Iankova (2007, p. 187), « encourageante » puisqu'ils « profitent pleinement de toutes les retombées créées par l'activité de leurs entreprises ». En revanche, la situation demeure précaire pour les employés et les stagiaires souvent embauchés uniquement pour la saison estivale.

Cette proximité avec l'axe Montréal-Québec et cette pluralité d'attraits font de Wendake un lieu de passage fréquent pour les touristes désireux d'agrémenter leur voyage au Québec d'un détour en milieu autochtone. Comme nous l'ont rapporté plusieurs travailleurs touristiques autochtones mais également des voyagistes français, Wendake représente souvent la première expérience touristique en milieu autochtone et un lieu de promotion des services touristiques offerts dans d'autres communautés.

3.2 La collecte de données

Bien que l'approche inductive ait été privilégiée dans cette enquête, une place a également été accordée à l'approche déductive. Comme le dit du reste Jacques Chevrier (2004, p. 55), « il semble impossible de faire de la recherche en faisant totalement abstraction de l'approche inductive ou déductive ». Toujours d'après le même auteur

(Chevrier 2004, p. 56), dans la démarche déductive, « la problématique s'élabore à partir des concepts issus de la littérature scientifique », tandis que la démarche inductive « se réalise dans la formulation itérative de questions à partir du sens donné à une situation concrète » (Chevrier 2004, p. 70). D'autre part, la structure de preuve de cette enquête de terrain est descriptive. Celle-ci « a pour but essentiel de décrire un état pour documenter, de façon fiable, une situation » (Gauthier B., 2004, p. 133). Enfin, étant donnée la nature *sensible* des dimensions questionnées dans le phénomène à l'étude, la méthode de triangulation est apparue comme la plus pertinente. En effet, ce procédé qui consiste « à varier les techniques de récolte de données et les approches » favorise une « prise de distance [qui] repose sur la production de perspectives multiples d'un même événement, c'est à dire sur l'essai de détermination des manières dont les divers acteurs considèrent une situation » (Strauss & Corbin, 2004, p. 69). Plusieurs outils ont donc été utilisés pour cette étude : l'analyse documentaire, l'observation directe, et l'entrevue semi-dirigée.

3.2.1 L'analyse documentaire

Dans le cadre de cette enquête, nous avons étudié et analysé le contenu de différents documents historiques, tels que des articles d'historiens sur les Hurons. L'objectif était, d'une part, de donner un éclairage historique aux liens que les Hurons entretiennent avec leur passé et, d'autre part, le traitement de ces documents visait également à savoir si le capteur de rêves y était mentionné. Enfin, différents corpus

destinés aux touristes, tels que les guides touristiques de la STAQ et des fascicules d'informations concernant le capteur de rêves, ont également été consultés.

3.2.2 L'observation directe

Dans cette enquête, l'observation directe a été orientée sur deux dimensions : le capteur de rêves dans la vie quotidienne des Amérindiens et le capteur de rêves dans son contexte touristique. Pour la première dimension, cela a consisté à répertorier les capteurs de rêves dans l'univers quotidien des Amérindiens de Wendake. Cet aspect avait pour objectif d'identifier les différentes fonctions que revêt cet objet aujourd'hui. En ce qui concerne la seconde, les observations ont été axées sur le produit touristique « capteur de rêves », sa diversification en tant que produit, ses modalités de fabrication, de vente et d'interprétation. Une place privilégiée a également été accordée aux échanges entre travailleurs touristiques autochtones et touristes autour de cet objet. L'objectif était de cerner ce qui se trame dans cette rencontre, tant du côté des touristes que de celui des Autochtones et de saisir le rôle du capteur de rêves.

3.2.3 L'entrevue semi-dirigée

Étant donnée la nature des informations recherchées, l'entrevue semi-dirigée est apparue comme le mode de collecte de données le plus pertinent. En effet, cette étude vise à mettre en lumière des enjeux sociaux, culturels et identitaires à l'œuvre dans un

phénomène et à rendre compte de perceptions à l'égard de ce dernier. Il est donc question du « sens donné à l'expérience » (Savoie-Zaic, 2004, p. 313). Or, comme l'explique cette même auteure, l'idée que « la perspective de l'autre a du sens » est justement l'un des postulats de l'entrevue semi-dirigée (Savoie-Zaic, 2004, p. 297). Les buts de cet outil sont notamment de « rendre explicite l'univers de l'autre » et « la compréhension du monde de l'autre » (Savoie-Zaic, 2004, p. 299). Toutefois, lorsqu'on a recours à l'entrevue semi-dirigée, il convient de prendre en compte les jeux sociaux qui y interviennent comme dans toutes formes d'interactions sociales. Les différences d'âges, de sexes mais surtout, pour cette enquête, les différences linguistiques et culturelles ont fait l'objet d'une attention particulière.

En effet, la richesse de l'outil que constitue l'entrevue semi-dirigée se perd conséquemment si l'interviewer ne maîtrise pas la langue de l'interviewé. Or, Wendake est l'une des rares communautés urbaines *et* francophones du Québec. Les autres communautés urbaines font partie de la nation Mohawk et ces derniers parlent essentiellement leur langue et l'anglais. Tandis qu'au village huron, étant donné que le huron n'est plus parlé, les habitants parlent le français québécois. Cette absence de barrière linguistique conforta donc le choix de cette communauté comme terrain d'enquête. Néanmoins, la compréhension d'un langage ne suffit pas pour appréhender les signifiants d'un discours. Les mots et les expressions ont une charge symbolique intrinsèquement liée aux référents et marqueurs historiques, sociaux, culturels et identitaires du groupe. Or, cette enquête ayant eu lieu en décembre 2008, soit plus de deux ans après notre installation dans la Province, nous avons eu tout le loisir de

découvrir les rouages du français québécois d'une part et de multiplier les immersions en milieux autochtones d'autre part. Cette première phase d'observation s'avéra alors particulièrement utile à la tenue des entrevues, à leur teneur et à l'analyse de leur contenu.

Par ailleurs, le principe même de cet outil est qu'il constitue un échange entre deux personnes. Il convient donc de se pencher sur notre statut de « blanche » et de française et de ses implications en termes de validité des données. Au terme de cette enquête, nous sommes en mesure d'affirmer que ce statut a interféré à différents niveaux mais, là encore, les connaissances acquises à l'égard de l'univers autochtone ont été un atout. Elles avaient notamment permis de découvrir que certains Autochtones nourrissent une méfiance à l'égard des « Blancs » et donc d'être préparée à d'éventuelles interférences. De manière générale, les blocages suscités par les premières appréhensions potentielles ont pu être rapidement désamorcés. La façon la plus aisée a été d'être introduite par une personne de la communauté. Notre réseau de connaissances à Wendake a, en cela, été une aide précieuse. Wendake étant un petit village, tout le monde se connaît. En outre, du fait de nos séjours répétés, notre visage était devenu familier à certains. Enfin, la connaissance des codes et des références témoignant d'une connaissance du milieu ont également mis nos interlocuteurs en confiance dès les premières minutes d'échanges informels.

En ce qui concerne le contenu des entrevues, ce statut de « française » s'est présenté davantage comme un atout plutôt que comme un handicap. Nous le verrons, certains aspects de l'objet d'étude sont liés aux relations entre Autochtones et Québécois.

Le fait de ne pas être québécoise a clairement évité des blocages à ce sujet et ont permis aux participants de se sentir libres de parler. Ce statut a été davantage problématique en raison du désir de certains d'embellir la réalité de leur communauté. Or, d'une part, ceci est en soi une donnée intéressante qu'il convient de traiter et, d'autre part - et c'est là que réside la démarche scientifique - la confrontation des données entre elles permet de déceler ce type de postures.

Ces différents aspects illustrent les difficultés que peut présenter l'outil qu'est l'entrevue semi-dirigée. C'est la raison pour laquelle les entrevues doivent être préalablement bien préparées par le biais d'une grille d'entretien. Dans un souci de clarté, nous aborderons celle-ci dans la partie suivante.

3.2.3 La population à l'étude

Les trois objectifs de cette recherche ont conduit à interroger trois types de personnes, à savoir des travailleurs touristiques, des habitants de Wendake et des touristes. Les grilles d'entrevue, qui seront présentées plus loin, ne sont, de fait, pas les mêmes pour ces trois groupes puisque chacune correspond à des objectifs différents. Il en va de même pour les critères d'inclusion et d'exclusion qui sont réunis dans le Tableau 2. Dans un souci de compréhension, les méthodes relatives à chacun de ces groupes vont être décrites séparément. Notons par ailleurs que la liste des participants figure en annexe.

Tableau 2

Critères d'inclusion et d'exclusion de l'échantillonnage de population

Critères d'inclusion	Critères d'exclusion
Être âgé de plus de 18 ans.	Être âgé de moins de 18 ans.
Être un habitant huron-wendat de Wendake	Être un habitant de Wendake non-Autochtone ou d'une autre nation.
ou être Autochtone travaillant ou ayant travaillé dans le secteur touristique de Wendake,	ou être un travailleur touristique non-Autochtone,
ou être touriste de passage à Wendake.	ou être un touriste qui n'a jamais vu de capteur de rêves.

Les travailleurs touristiques

L'expression générique « travailleurs touristiques » vise à qualifier les personnes ayant ou ayant eu une/des activité(s) professionnelle(s) liée(s) au tourisme.

Ces activités sont variées et non nécessairement toutes en rapport avec l'objet de cette étude, à savoir le produit « capteur de rêves ». Dans un souci de pertinence et afin d'obtenir les informations recherchées, l'échantillonnage pour ce groupe a été réalisé par choix raisonné. Les participants ont été choisis en fonction de la pertinence de leur expertise au regard de l'objet d'étude : la touristification du capteur de rêves. Les objectifs pour ce groupe étaient les suivants :

- Reconstituer le processus de touristification du capteur de rêves en retraçant les différentes étapes ;
- Mettre en lumière les enjeux socioéconomiques et socioculturels de ce

phénomène ;

- Recueillir la perception des travailleurs touristiques à l'égard de ce produit et de ses apports au regard de ces enjeux.

Une première phase d'observation avait permis d'établir qu'il y avait à Wendake différentes activités liées au produit touristique « capteur de rêves ». On retrouve la fabrication par les artisans, la vente par les gérants et/ou employés de boutiques avec parfois interprétation (en général à la demande des clients), l'interprétation de l'objet par les guides du site OnhoüA Chetek8e et occasionnellement par les guides de l'Hôtel-Musée et, enfin, l'animation d'ateliers de démonstration ou de confection de capteur de rêves. Initialement, l'enquête prévoyait d'interroger au moins un travailleur touristique autochtone pour chacune de ces activités. Malheureusement, sur le terrain, cela n'a pas été possible. En effet, au site OnhoüA Chetek8e, il nous a été expliqué que la direction de l'établissement interdit au personnel de répondre aux questions qui sortent de la visite guidée qui y est proposée et ce, même vis-à-vis des touristes. Toutefois, des observations et le fait que d'autres participants avaient travaillé par le passé au site, nous ont permis de palier quelque peu les carences occasionnées par ces refus. D'autre part, étant donnée la nature des informations recherchées, il ne nous est pas apparu pertinent d'interroger le guide de l'Hôtel-Musée au moment de l'enquête car ce dernier n'était pas Autochtone et, qui plus est, travaillait là depuis peu puisque l'établissement avait ouvert récemment. Par ailleurs, sur les six boutiques d'art et d'artisanat autochtone qu'il y a à Wendake, cinq sont tenues par des Autochtones. Quatre d'entre elles étaient ouvertes

lors de l'enquête, mais seul le propriétaire de l'une d'entre elles a accepté d'y participer. Dans les trois autres boutiques, les membres du personnel ont refusé en expliquant, eux aussi, que c'était « mal vu » par la direction de répondre à des questions qui sortent de leur activité professionnelle. Là encore des observations et les réponses données à des questions informelles ont tout de même permis d'obtenir quelques données. Néanmoins, nous y reviendrons dans la présentation des limites de cette recherche, en raison de ces divers refus, certains aspects du phénomène étudié n'ont pas pu être pleinement éclairés. Enfin, le produit « capteur de rêves » est presque exclusivement exploité dans le secteur privé. Néanmoins, des personnes du secteur public ont également été interrogées afin d'enrichir la recherche de leur expertise et leur point de vue.

Pour ce groupe, nous nous sommes dans un premier temps servi de notre réseau de connaissances, puis, par la suite, ce sont le plus souvent les participants eux-mêmes qui nous ont dirigés vers d'autres personnes ressources. Huit travailleurs touristiques ont participé à cette enquête. Six d'entre eux ont une activité directement liée au produit « capteur de rêves » :

- *Travailleur Touristique n°2* : Un propriétaire et gérant huron d'un site touristique autochtone à proximité de Wendake qui propose des séjours avec nuit sous le tepee, dégustation de mets traditionnels amérindiens, interprétation de la faune et de la flore sur le site, interprétation de la culture et des traditions, et parfois atelier de confection de capteurs de rêves ou de colliers totémiques.

- *Travailleur Touristique n°3* : Un artisan huron qui fabrique des capteurs de rêves,

également propriétaire d'une boutique d'artisanat autochtone à Wendake avec démonstration d'activités artisanales.

- *Travailleur Touristique n°4* : Une guide-interprète amérindienne, non-huronne, travaillant au site du participant n° 2 et qui y anime des ateliers de capteur de rêves.
- *Travailleur Touristique n°6* : Un ancien gérant huron de site touristique autochtone qui proposait notamment des ateliers de capteurs de rêves.
- *Travailleur Touristique n°7* : Une artisane huronne qui fabrique des capteurs de rêves qu'elle vend lors d'événements culturels et dans des boutiques de Wendake.

Deux autres travailleurs touristiques autochtones qui ne travaillent pas directement avec le produit « capteur de rêves » ont été interrogés :

- *Travailleur Touristique n°1* : Un Amérindien, non-Huron, responsable de la commercialisation et de la promotion de produits touristiques autochtones. Cette personne a été interrogée pour son expérience de 14 ans dans le tourisme autochtone qui lui confère une expertise unique sur le sujet.
- *Travailleur Touristique n° 8* : Une Amérindienne, non-Huronne, travaillant au Musée de la nation à Wendake. Cette personne a été interrogée pour son expertise liée à son activité dans le secteur touristique public.

Enfin, une entrevue avec une Québécoise (*Travailleur Touristique n°5*) qui s'occupait au moment de l'enquête de la gestion et la comptabilité d'une des boutiques a été réalisée. Bien qu'initialement être québécois rentrait dans les critères d'exclusion, en

l'absence d'autres personnes ressources pour éclairer certains aspects de la chaîne de production et de distribution du capteur de rêves à Wendake, celle-ci a été intégrée à la recherche. Soulignons donc que cette entrevue fut axée sur ces points d'ombre.

La population locale

Cette expression rassemble les personnes interrogées parce qu'elles sont Huronnes-Wendat et vivent à Wendake. Les objectifs pour ce groupe étaient les suivants :

- Éclairer les modalités du phénomène d'apparition et de réappropriation du capteur de rêves au sein de la population locale huronne-wendat ;
- Recueillir des perceptions d'habitants hurons-wendat de Wendake à l'égard du phénomène de touristification du capteur de rêves.

Six habitants hurons-wendats de Wendake ont été interrogés. En ce qui concerne l'échantillonnage de ce groupe, différents procédés ont été utilisés. Le réseau de connaissances a permis de trouver les premiers participants, puis, par la suite, certains d'entre eux nous ont dirigé vers d'autres habitants. Notons qu'une attention particulière a alors été accordée au risque d'effet de contagion lié à l'échantillon en boule de neige. Certains participants ont également été rencontrés par hasard dans la rue.

Les touristes

En l'absence de consensus scientifique et institutionnel sur la définition *du* touriste, nous sommes parti de la réalité rencontrée pour établir les critères de sélection. Les deux premiers critères étaient de ne pas être Autochtone et de ne pas vivre en milieu autochtone. Serait-il, en effet, pertinent d'interroger dans ce groupe un Québécois ou un Européen vivant à Wendake ? En revanche, inclure les Québécois ou les Canadiens anglophones qui viennent à Wendake en vue de pratiquer l'une des activités touristiques qui y sont proposées l'est davantage. En effet, cela permet de savoir si leur perception à l'égard du produit « capteur de rêves » est différente de celles des étrangers. Un troisième critère établi fut le motif de la venue à Wendake qui se devait d'inclure un désir de connaissances ou, tout du moins, une curiosité à l'égard des cultures autochtones en soi ou celle huronne-wendat en particulier. Enfin, un dernier critère concerne plus spécifiquement l'objet de notre étude, à savoir le capteur de rêves. L'échantillonnage de ce groupe fut donc réalisé par choix raisonné. Nous avons cherché prioritairement des personnes ayant montré un intérêt pour le capteur de rêves et/ou vécu une expérience relative à ce produit. En outre, ayant constaté la diversité de l'offre autour de cet objet, nous avons cherché à interroger des personnes également en fonction de leur expérience avec le produit touristique « capteur de rêves ».

Au final, treize touristes ont été interrogés. Notons toutefois, qu'en raison du peu de temps que les touristes sont disposés à accorder à une recherche sur leur temps de vacances ou de loisirs, les entrevues avec les touristes sont relativement courtes, de quelques minutes à un quart d'heure, et se rapprochent, de fait, davantage du sondage

que de l'entretien semi-dirigé. Ces participants sont ici présentés selon le type d'expériences vécues avec le produit « capteur de rêves »:

- *Visite libre du village* : Il s'agit d'un couple de touristes français qui ont visité le village sans guide. Nous les avons tous deux rencontrés à l'Hôtel-Musée. C'était leur premier séjour au Québec et à Wendake. En outre, arrivés depuis une heure à peine, ils n'avaient pas eu le temps de faire le tour du village. Voyant là l'opportunité d'observer des touristes dans leur découverte de Wendake et du produit « capteur de rêves », avec leur accord, nous les avons interrogés avant de faire un tour des boutiques (afin de connaître leur attente), les avons suivis et réinterrogés après (afin de connaître leur perception de ce qu'il avait vécu).

- *Visite prolongée dans un site touristique à proximité de Wendake* : Il s'agit là de quatre personnes - deux touristes françaises, une Québécoise et son mari anglophone vivant tous deux en Ontario - qui ont séjourné avec nous dans le site touristique du travailleur touristique n° 2. L'intérêt que représentait ce site était qu'il offrait différents services visant une immersion culturelle plus poussée, tels qu'une nuit sous le tepee, la dégustation de mets traditionnels autochtones, des discussions autour des cultures autochtones, mais surtout occasionnellement des ateliers de capteurs de rêves. Malheureusement, du fait de l'hiver et du manque de matières premières occasionné, ce fut un atelier de colliers totémiques qui fut organisé et auquel nous avons participé avec eux. Toutefois, le capteur de rêves a également fait l'objet d'une interprétation. À l'issue des 24h passées ensemble au site, une entrevue avec chacun d'entre eux a été réalisée. Notons que l'une des Françaises voyageait seule et à l'issue de son séjour au site, elle a

décidé d'aller visiter Wendake et ses boutiques. L'entrevue avec cette dernière a eu lieu après sa visite du village huron.

- *Expérience de visite guidée au site OnhoüA Chetek8e* : Il s'agit de quatre touristes français faisant partie d'un groupe en voyage organisé que nous avons interrogés à la boutique Le Huron du site OnhoüA Chetek8e et ce, à l'issue de leur visite guidée qui comportait l'interprétation du capteur de rêves. Notons que nous nous sommes dirigée préférentiellement vers des personnes qui avaient montré un intérêt pour le capteur de rêves et/ou qui avaient l'intention d'en acheter un. Soulignons que ces quatre entrevues sont les plus courtes. Il y a deux raisons à cela. D'une part leur expérience à l'égard du capteur de rêves étant réduite, leurs réponses étaient restreintes. D'autre part, dans le cadre de voyages organisés, le temps est souvent compté. Néanmoins, étant donnée la pertinence de leur témoignage pour l'objet d'étude – ce site est en effet le seul à Wendake à proposer une interprétation du capteur de rêves dans un décor traditionnel, d'une part, et cet objet occupe une place prédominante dans l'offre proposée à la boutique, d'autre part – nous avons tout de même estimé leur participation, bien que restreinte, profitable à la présente recherche.

- *Expérience de visite guidée au musée* : Il s'agit de trois personnes, dont deux Québécois et un Français qui vivent au Québec et sont venus visiter le musée de l'Hôtel-Musée de Wendake. Nous avons suivi avec eux la visite qui comportait une interprétation du capteur de rêves et les avons interrogés ensuite.

Pour conclure, 27 entrevues ont été réalisées dans cette enquête, dont huit avec

des travailleurs touristiques, six avec des habitants de Wendake et enfin treize avec des touristes. A cela s'ajoutent de nombreuses discussions informelles avec aussi bien des Autochtones que des Québécois et des Européens, rencontrés à Wendake ou ailleurs, qui vinrent enrichir notre compréhension du phénomène à l'étude. A présent que les méthodes propres aux trois types de participants à cette enquête ont été explicitées, ainsi que les participants présentés, il nous reste à décrire la conduite et les grilles d'entrevue.

Conduite et grille d'entrevue

En ce qui concerne la conduite des entrevues, nous nous sommes appuyée sur les instructions et conseils de Savoie-Zajc (2004). Avant de commencer l'entrevue, le thème, les objectifs, les méthodes ainsi que les questions techniques et éthiques de la recherche ont été expliquées aux participants. Et, afin d'être assurée que ces points avaient été clairement compris, ces derniers étaient invités à poser d'éventuelles questions.

En ce qui concerne le type de questions qu'il faut poser lors d'une entrevue semi-dirigée, Savoie-Zajc (2004, p. 308) stipule qu'elles doivent être « ouvertes, courtes, neutres, pertinentes ». Elles doivent être ouvertes afin de stimuler l'interviewé et l'inciter à exprimer son expérience. Elles doivent être courtes pour en faciliter la compréhension, neutres car tout le principe de l'entrevue est de questionner le point de vue de l'autre et non d'exprimer le sien (l'œil scientifique ayant par ailleurs vocation à être neutre). Enfin, les questions doivent être pertinentes avec l'objet et les objectifs de la recherche. Une grande attention a ainsi été portée à la tournure des questions afin de ne pas biaiser

les réponses. Par exemple, nous avons veillé à poser des questions qui ne suggèrent pas implicitement que le capteur de rêves est un objet à l'origine étranger aux cultures autochtones représentées au Québec, telle que : « D'où ça vient le capteur de rêves ? ».

Les entrevues commençaient donc par une question simple et ouverte permettant d'entamer la conversation. En guise de canevas, vous trouverez dans le Tableau 3, les questions d'ouverture en fonction du type de participant et des informations recherchées.

3.3 Considérations techniques et éthiques

Toute recherche impliquant des êtres humains doit faire l'objet de considérations éthiques afin d'assurer que cette dernière ne présente aucun risque d'ordre physique ou moral pour les participants. Suite à l'évaluation des modalités de cette enquête par le comité d'éthique de l'université du Québec à Trois-Rivières, un certificat d'éthique, portant le numéro CER-08-141-06-10, a été émis le 26 novembre 2008.

Dans un souci de respect des participants, outre les explications données avant le début de l'entrevue, a été fournie à chacun d'entre eux une lettre d'information où sont stipulés le thème, les objectifs, les modalités de participation et celles de confidentialité des données de la recherche, ainsi que les coordonnées de la chercheuse et de l'Université. Par ailleurs, afin de permettre aux informateurs de se sentir libres d'exprimer leurs opinions, leur participation demeure anonyme. Les noms des participants ne seront donc pas divulgués. Dans un souci de pertinence, les informations relatives à leur âge, leurs origines et leurs activités professionnelles – dans le cas des

Tableau 3

Canevas d'entrevue

Participant	Information recherchée	Question d'ouverture
Travailleurs touristiques	Le processus de touristification du capteur de rêves	Pourquoi et comment en êtes-vous venus à faire du capteur de rêves un produit touristique ?
	Les enjeux de la touristification du capteur de rêves	Quels enjeux représentent le développement touristique du capteur de rêves pour vous ?
Habitants	Perception du capteur de rêves	Qu'est qu'un capteur de rêves pour vous ?
	Perception de la touristification du capteur de rêves	Que pensez-vous du fait qu'il soit devenu un produit touristique ?
Touristes	Perception du capteur de rêves	Qu'est ce qu'un capteur de rêves pour vous ?
	Perception de la touristification du capteur de rêves	A votre avis, pour quelles raisons les Amérindiens ont fait du capteur de rêves un produit touristique ?

travailleurs touristiques - seront toutefois mentionnées.

Enfin, afin de s'assurer que les propos des participants ne soient pas déformés, toutes les entrevues ont été enregistrées. Un formulaire de consentement à la participation et à l'enregistrement fut daté et signé par tous les participants.

3.4 Outils d'analyse des données recueillies

Tout au long de cette recherche, l'approche qualitative inductive fut privilégiée, des premières immersions en milieu autochtone jusqu'à l'analyse des données.

Deslaurier et Kérisit (1997, 296) définissent ainsi celle-ci :

L'induction analytique procède en sens inverse des méthodes hypothético-déductives : le chercheur travaille de bas en haut, commençant avec les faits et élaborant ensuite des concepts théoriques et des propositions.

L'analyse reposa donc sur un va-et-vient constant entre le terrain, les données et les corpus théoriques.

Par ailleurs, favorisant la compréhension de la « dimension symbolique » intrinsèque au « discours » et aux « comportements verbaux », l'analyse de contenu fut privilégiée afin de mettre en lumière les dimensions sensibles du phénomène à l'étude (Sabourin, 2003, pp 357-360). Cette approche, au regard des entrevues et des échanges informels (entre les différents protagonistes, mais également avec la chercheuse) consista à analyser les signifiés, mais également les signifiants. Cette approche sémantique de l'analyse de discours s'appuie sur le constat que, d'une part, « les caractéristiques linguistiques d'une phrase ne permettent pas d'induire le sens élaboré » et, d'autre part, que « le sens d'un document n'est pas uniquement déterminé par les outils de la langue, mais aussi par l'usage social de la langue » (Sabourin, 2003, p. 378). À ce niveau d'analyse, les données issues de la première phase d'observation qui dura plus de deux ans ont été essentielles. Comme nous l'avons évoqué, ce sont les immersions répétées dans l'univers autochtone qui permirent d'appréhender la charge symbolique de certains mots et expressions utilisés.

Enfin, sur la base de la méthode de triangulation, l'analyse consista également en une confrontation des données entre elles, à savoir celles issues de la revue de littérature scientifique et non-scientifique, des entrevues et des observations. Cette approche visait

à atteindre notre objectif qui est de mettre en lumière un phénomène, les enjeux qu'il revêt et les perceptions qu'en ont les différents acteurs impliqués.

Cependant, comme le rappellent Strauss et Corbin (2004, p. 31) : « L'analyse résulte [aussi] de l'interaction entre les chercheurs et les données ». Ces auteures considèrent que « la créativité des chercheurs est aussi un ingrédient essentiel » (2004, p. 30). Il apparaît dès lors important « de reconnaître l'enjeu essentiel de la subjectivité et la nécessité de développer des modalités appropriées pour minimiser son intrusion dans les analyses » (Strauss & Corbin, 2004, p. 68). La méthode de triangulation est l'une d'entre elles, « maintenir une attitude de doute » et veiller à ne pas « [imposer] nos explications aux données » en constituent quelques autres qui ont fait l'objet d'une attention accrue de notre part (Strauss & Corbin, 2004, pp 71-73). Choisir d'axer un projet de recherche sur une culture *Autre* impose de toujours veiller à se défaire de ses propres représentations, valeurs et présupposés. Et même si cet objectif apparaît inatteignable, cet exercice mental exigeant vise l'objectivité. Incitant à aborder la réalité comme n'allant pas de soi, cette approche est essentielle à la démarche scientifique pour que puisse émerger une compréhension subtile et distanciée de celle-ci.

A présent que les cadres conceptuels et méthodologiques ont été définis et présentés, passons aux résultats de cette recherche et à leur interprétation.

Résultats

La démarche scientifique puise, en partie, son objectivité dans les paradigmes qu'elle se donne pour appréhender un phénomène. Ils constituent des ancrages théoriques et conceptuels qui permettent au chercheur d'atteindre son objectif de compréhension de la réalité dans laquelle ce dernier s'inscrit et prend sens. Mais la réalité, elle, ne connaît pas de telles frontières, de telles catégories. Lorsqu'on en arrive à la description du phénomène, alors se pose l'épineuse question du comment.

Comment rendre compte d'un phénomène et de la réalité sociale qui l'entoure ? Classifier et structurer la description présente, en effet, le risque d'en déformer l'objet. C'est néanmoins un exercice auquel tout chercheur doit se soumettre pour rendre ses résultats intelligibles. Afin de pallier ce risque, il nous apparaît pertinent de partir le plus possible de la réalité elle-même. L'approche inductive, qui a été privilégiée dans cette recherche, le sera donc également dans le rendu des résultats.

Si cette approche a été retenue, c'est en raison de la complexité qui habite le phénomène de touristification du capteur de rêves dans la communauté huronne-wendat de Wendake, et celle de la réalité dans laquelle il a pris racines et sens. En effet, nous allons le voir, ce phénomène résulte d'une multitude de facteurs conjoints, certains sont propres à l'objet en soi, certains à l'univers amérindien contemporain, à celui huron, d'autres à celui non-Autochtone et tous se corrélaient les uns les autres. En outre, les dimensions inhérentes à celui-ci que nous avons pris le parti d'étudier, à savoir l'affirmation identitaire et l'intégration à la modernité, sont entremêlées l'une et l'autre

d'une manière telle qu'en rendre compte séparément risquerait d'en fausser la compréhension. De plus, le capteur de rêves - comme sa mise en tourisme - suscite une grande diversité d'opinions et de perceptions, en particulier chez les Autochtones, mais aussi chez les touristes.

Par conséquent, une grande place sera accordée à la restitution des données et des témoignages recueillis, la description sera progressive, strate par strate, aspect après aspect, et l'analyse émanera au fur et à mesure de celle-ci. Par la suite, la discussion générale proposera une synthèse et une méta-analyse des résultats.

Dès lors, plutôt que d'étayer le plan de ce chapitre, il nous apparaît plus pertinent d'en présenter le point d'entrée. Dans un souci de clarté et de compréhension, nous avons choisi d'amorcer ce périple dans le phénomène de touristification du capteur de rêves à Wendake par les étapes de ce processus.

4.1 Les étapes du processus de touristification du capteur de rêves

Les données recueillies ont permis de retracer les étapes qui ont amené le capteur de rêves à devenir l'un des produits phares de l'artisanat autochtone vendu à Wendake. En revanche, il a été particulièrement difficile de les dater avec précision. La raison repose dans ce qui est apparu comme l'une des caractéristiques principales de ce phénomène : sa spontanéité. Celle-ci ressort dès la première étape, l'apparition du capteur de rêves au Québec.

4.1.1 L'origine du capteur de rêves au Québec

Chez les travailleurs touristiques comme chez les habitants de Wendake, les estimations relatives à l'apparition du capteur de rêves varient de façon significative. Trois répondants ont estimé que cet objet est arrivé au Québec il y a très longtemps. A l'inverse, pour les douze autres Amérindiens interrogés, cet objet aurait émergé il y a une dizaine d'années pour certains, une vingtaine voire une trentaine d'années pour d'autres. Plusieurs facteurs à cette diversité de perceptions ont été identifiés.

Tout d'abord, il s'avère que plusieurs répondants confondent dans leurs souvenirs le capteur de rêves avec le bouclier de paix qui était, semble-t-il, présent à Wendake antérieurement. Cet autre objet amérindien est également composé d'un cercle et orné de plumes, mais à la place de la toile se trouve de la laine blanche. Or, comme nous le savons, le cercle est un symbole amérindien universel et très important dans ces cultures. De fait, on le retrouve dans différents objets amérindiens. Ce type de confusion a ainsi rendu certaines estimations douteuses.

D'autre part, l'âge des participants est également un facteur. L'un¹ de ceux qui estimèrent en avoir toujours vu était, en effet, âgé d'une vingtaine d'années et il nous a raconté que lorsqu'il était jeune, l'une de ses tantes en avait un d'accroché à la fenêtre de sa chambre à coucher. Elle lui racontait comment cet objet veillait sur ses rêves et il était alors pour lui « quelque chose de mythique et d'ensorcelé ». Il ne comprenait pas bien ce que c'était, mais il y croyait et y croit encore aujourd'hui. A l'inverse, les autres

¹ Entrevue 14, décembre 2008.

répondants, qui avaient tous trente ans et plus, eurent tendance à dire qu'ils n'en voyaient pas étant jeunes. L'un d'entre eux précisa d'ailleurs que le capteur de rêves n'est pas une « coutume »¹, au sens où ils ne l'ont pas appris de leurs parents ou grands-parents. Il s'avère que c'est finalement en raison de la visibilité qu'il a acquis du fait de sa présence dans les boutiques que beaucoup d'entre eux ont découvert cet objet.

Enfin, le dernier facteur influençant les estimations de certains tient à leur corrélation avec la raison originelle de l'apparition du capteur de rêves au Québec. Si les datations divergent d'un individu à l'autre, en revanche, la plupart des répondants estiment que les origines du capteur de rêves au Québec sont liées à la dynamique actuelle de retour à la culture chez les Amérindiens. Celle-ci a notamment été énoncée comme « le renouveau spirituel » ou encore « la réappropriation de la culture », mais l'expression la plus couramment usitée et déclinée de différentes façons est celle de « retour aux sources ». « Le retour aux sources », « être revenu aux sources » ou encore « revenir aux sources », sont autant d'expressions qui semblent avoir intégré le langage courant des Autochtones et renvoient toutes à l'idée d'un retour à la culture et aux traditions. Or, si beaucoup considèrent que le capteur de rêves a émergé sous l'impulsion de cette mouvance, c'est en raison de son caractère spirituel. Voici un extrait d'entrevue avec un Amérindien travaillant dans le tourisme depuis plus de dix ans qui illustre bien ce lien entre le capteur de rêves, le « retour aux sources » et la spiritualité :

J'ai commencé à voir les capteurs de rêves voilà une quinzaine d'années, je pense. Par contre c'était des Autochtones qui le faisaient mais beaucoup pour eux, pour les croyances, puis ils voulaient revenir aux sources au niveau culturel ou spirituel, je pense. Y'a eu beaucoup de groupes depuis quelques années qui ont

1 Entrevue 9, décembre 2008.

emprunté le pas à ce genre de retour aux sources au niveau de leurs croyances spirituelles en tant qu'Amérindien. (Entretien 1, décembre 2008)

Quelques-uns ont également associé ce phénomène chez les Autochtones à une dynamique globale, en Amérique, d'intérêt pour la spiritualité. Par exemple, un habitant de Wendake¹ nous a ainsi expliqué l'apparition du capteur de rêves au village huron : « Moi je pense que depuis 20 ans environ y'a un renouveau spirituel, en général, et aussi pour les Peuples Autochtones. Y'a un renouveau à travers l'Amérique ». Il a ajouté que, de son point de vue, un objet spirituel comme le capteur de rêves n'aurait pas pu susciter un intérêt à Wendake au début du siècle dernier lorsque le catholicisme était encore très prégnant chez les Hurons. Un fait qui abonde dans ce sens est que trois aînés ont justifié leur refus de participer à cette étude en expliquant qu'à leurs yeux c'est un objet de sorcellerie ou de magie, et cela revêt clairement pour eux une connotation négative. En allant à l'église de Wendake et en discutant avec d'autres aînés hurons, nous avons pu constater qu'une partie d'entre eux sont restés très attachés à la religion catholique. Et, si la plupart revendiquent leur autochtonie et approuvent cette dynamique de « retour aux sources », en revanche, certains voient d'un mauvais œil la résurgence de certaines pratiques religieuses amérindiennes, et notamment apparemment l'utilisation du capteur de rêves.

En outre, quelques informateurs ont lié son apparition à celle des pow wow. Les pow wow sont des rassemblements entre nations issus des cultures amérindiennes de l'Ouest. Sous fond de concours de danses et de chants, ces événements sont des occasions pour des membres de différentes nations de toute l'Amérique du Nord - et

1 Entrevue 10, décembre 2008.

désormais de plus en plus d'Amérique centrale et du Sud - de se rencontrer et d'échanger dans une ambiance festive. Or, d'une part, la vente ou le troc d'objets amérindiens font partie intégrante des pow wow et, d'autre part, les événements de ce type se sont fortement développés ces dernières décennies au Québec et ce, justement, sous l'impulsion du « retour aux sources ». En 2010 a d'ailleurs eu lieu la 20ème édition¹ du pow wow de Kanawake qui initia ce phénomène dans la Province. Par la suite, d'autres communautés ont commencé à organiser des pow wow - notamment Wendake - et ont ainsi créé un circuit. Ce dernier est notamment suivi par des artisans autochtones afin d'y vendre leur artisanat. Par ailleurs, cette mouvance, qui n'est pas propre au Québec, se retrouve à l'échelle du continent nord américain. De ce fait, il est effectivement plausible que le capteur de rêves ait été initialement introduit au Québec par le biais des pow wow. Si, bien entendu, les données ne permettent pas d'infirmier ou de confirmer cette hypothèse, il est en revanche certain que ces événements ont fortement contribué à la diffusion du capteur de rêves à travers la province. Ils ont probablement également participé au développement de sa commercialisation, puisqu'aujourd'hui, comme l'a mentionné une artisane² et comme le confirment nos observations, les pow wow font partie des lieux privilégiés pour la vente de capteurs de rêves.

L'apparition du capteur de rêves au Québec est donc étroitement liée à la dynamique autochtone dite du « retour aux sources ». Celle-ci semble également être à l'origine de la diversité d'estimation de ce phénomène. En effet, bien que cette mouvance semble s'être étendue et être aujourd'hui largement conscientisée au sein du

1 www.kanawakepowwow.com (consulté le 02 février 2010)

2 Entrevue 9, décembre 2008.

groupe, tous les Autochtones n'y prennent pas part. Ainsi, en fonction de leur engagement ou non dans cette voie, de celui de leur entourage, de leur participation à des pow wow ou d'autres événements où le capteur de rêves pouvait être présent, ou plus simplement en fonction de leur intérêt pour les traditions amérindiennes, certains Autochtones ont découvert cet objet plus ou moins longtemps avant son développement commercial. Tandis que d'autres l'ont justement découvert parce que ce dernier a conséquemment augmenté la visibilité et l'accessibilité du capteur de rêves. Par ailleurs, il est également apparu que certains sont revenus vers leur culture après l'arrivée du capteur de rêves. Et parmi eux figurent justement ceux qui ont estimé que cet objet était présent au Québec depuis très longtemps. Ce fait, conjugué à celui que la question de l'apparition du capteur de rêves ait occasionné l'élaboration d'hypothèses durant les entrevues, ne témoigne-t-il pas de la spontanéité de ce phénomène ?

Le capteur de rêves est donc arrivé au Québec relativement récemment, vraisemblablement il y a de cela entre 20 et 30 ans. Ce serait des Autochtones voulant renouer avec « la spiritualité amérindienne » qui auraient initié la diffusion de l'objet et de son utilisation dans la Province. En outre, il ressort très clairement de cette enquête que cette diffusion a été conséquemment amplifiée par le succès commercial du capteur de rêves.

4.1.2 Le développement commercial du capteur de rêves : un effet de mode

Les estimations données à l'apparition du capteur de rêves dans les boutiques de Wendake sont elles aussi variables. Pour certains, cela aurait commencé il y a une vingtaine d'années, pour d'autres c'est plus ancien encore. Mais tous estiment que ce phénomène se serait conséquemment amplifié il y a environ une dizaine d'années seulement et ce, en raison d'une vague d'intérêt non-autochtone pour le capteur de rêves, ou plus exactement d'une *mode* qui fut le terme le plus fréquemment employé par les participants. Or, au regard de la description que les Amérindiens – qu'ils soient travailleurs touristiques ou non - font de l'émergence de ce phénomène, le terme de mode semble effectivement pertinent :

Puis à un moment donné, je sais pas en quelle année là, c'est tout le monde, les magasins y vendaient des capteurs de rêves, tout le monde voulait avoir un capteur de rêves (...) Bah d'après moi c'est venu dans les années 97, 98 à peu près là, un petit peu avant 2000, la mode de ça là. (...) Mais même les magasins là, sans les nommer, Dolarama, ils vendaient des capteurs de rêves à 1\$ faits par des Asiatiques là. Tout le monde, même les Québécois connaissent ça. (entrevue 6, décembre 2008)

En effet, si l'on se base sur les estimations des participants, l'apparition des capteurs de rêves dans les boutiques-souvenirs des grandes villes et dans les centres d'achat comme le Dolarama est également liée à cette vague de mode. Notons que quelques discussions informelles avec des gérants québécois de boutiques abondent également dans ce sens.

Aujourd'hui, le capteur de rêves semble être perçu au Québec comme un produit touristique autochtone typique, un classique en quelque sorte. Nous avons par exemple

remarqué que son achat par des touristes étrangers, à l'image de celui de tours Eiffel ou de Big Ben miniatures pour les Parisiens et les Londoniens, amusent parfois les Québécois et les Autochtones. Toutefois, son succès commercial n'est pas circonscrit aux touristes. Comme l'a exprimé un touriste¹ québécois, offrir un capteur de rêves à un enfant est une pratique courante au Québec. « Ça fait partie des bidules que l'on reçoit en cadeau pour les enfants » nous a-t-il dit. Il semblerait donc que l'engouement qu'il a suscité n'était pas, à l'origine, à proprement parler « touristique ». Au vu des données, la théorie la plus probable est qu'il a dans un premier temps attiré des personnes, Autochtones comme non-Autochtones, touristes ou non, ayant une démarche spirituelle et/ou thérapeutique, un intérêt pour les traditions amérindiennes ou les deux conjugués. Sa popularité aurait grandi progressivement pour finalement devenir une « mode » il y a une dizaine d'années. Sa visibilité aurait grandi et dès lors augmenté ses ventes et occasionné un développement commercial rapide et quasi simultané chez les Autochtones et les non-Autochtones.

Il apparaît toutefois que les Autochtones furent les premiers à commercialiser le capteur de rêves. Néanmoins, au vu de nombreux témoignages, il semblerait que sa présence était discrète dans les boutiques et les sites touristiques de Wendake avant l'émergence de cette mode. A titre illustratif, voici un extrait d'entrevue avec un artisan et gérant de boutique d'artisanat, significatif à ce sujet :

D'après moi c'est pas juste, bah oui c'est au Québec si on parle du Québec, mais ça s'est répandu quand même à travers autant aux États-Unis qu'au Canada, puis au Québec. (...) Mais j'ai comme l'impression qu'ici là, ici à Wendake c'est arrivé plus tard quand même. C'est pour ça que tout à l'heure je te parlais d'à peu près

¹ Entrevue 22, décembre 2008.

25 ans, 25, une vingtaine d'années environ qu'on a vu le capteur de rêves arriver ici. C'est vrai qu'il était pas, il était pas vendu ou bien on le voyait rarement. Moi je me rappelle j'en voyais, mais après des bâtons de parole, puis des trucs du genre. Mais le capteur de rêves comme on le voit aujourd'hui à une grande échelle comme ça là, c'est sûr c'était bien plus rare. Puis je pense que c'est plus les Atikamekw ou les peuples algonquins qui l'ont exploité là, plus bas. [Et qu'après ça a été réapproprié par les Hurons et les Iroquoiens?] Oui c'est ça, c'est ça. Puis parce qu'ils se sont rendu compte aussi quand même que c'est un bon vendeur. [Oui, tu penses que c'est surtout la valeur économique?] Oui. Surtout, surtout. C'est parce que les gens, les gens, y'a une grande demande. Puis on en a la preuve ici en bas. On en vend quand même une quantité assez intéressante. Y a des gens qui en consomment, beaucoup. (Entrevue 3, décembre 2008)

A l'image de ce dernier, il ressort du discours des Amérindiens interrogés que certains aspects du développement commercial du capteur de rêves se sont avérés difficiles à éclaircir, en particulier la question de savoir quelle nation a initié ce phénomène. Celle-ci a été sujette à différentes hypothèses et aucune d'entre elles n'a pu être confirmée ou infirmée par l'ensemble des données. A priori, ce phénomène a été très spontané et relativement simultané au sein de nombreuses nations et communautés. En revanche, un point sur lequel tous s'entendent est que le développement commercial du capteur de rêves, qui constitue finalement la première étape de sa touristification, est la résultante d'un intérêt non-Autochtone pour cet objet.

Ainsi, dès les premiers jalons, la touristification du capteur de rêves est à l'image du tourisme autochtone : c'est la demande qui a occasionné l'offre. Cette demande s'est présentée comme une mode et comme en témoignent les extraits d'entrevues cités jusque-là, les Autochtones ont choisi d'y répondre à des fins économiques. La rentabilité du produit « capteur de rêves » a d'ailleurs été un point très souvent et spontanément abordé. Les expressions « bon vendeur » ou « gros vendeur » ont été fréquemment

employées à son égard et ce, aussi bien par des travailleurs touristiques que des habitants de Wendake.

4.1.3 La touristification du capteur de rêves : une stratégie économique

A Wendake, la vente des capteurs de rêves fonctionne de deux manières différentes. Soit les boutiques utilisent le principe de la consignation : des artisans déposent en consigne leurs ouvrages dans les boutiques avec lesquelles ils collaborent puis un pourcentage sur la vente leur est reversé. Soit les boutiques achètent des capteurs de rêves à leurs artisans-fournisseurs, qui peuvent être hurons ou membres d'une autre nation amérindienne du Québec ou même du Canada. Il semblerait, au vu de quelques discussions informelles, que des capteurs de rêves importés de l'étranger, faits par des non-Autochtones, soient également vendus à Wendake. Mais cela semble rare et ne concerne pas la majorité des boutiques car, comme l'atteste Iankova (2008, p. 105), et comme cette enquête le confirme à nouveau, « les commerçants essaient de promouvoir leurs propres artisans ».

Que l'une ou l'autre des méthodes - ou les deux - soit utilisée, il ressort qu'à Wendake le commerce d'artisanat repose sur une chaîne de production et de distribution centralisée. Lorsque la mode pour le capteur de rêves a émergé, c'est toute cette chaîne qui a commencé à développer ce produit dorénavant très populaire. Les artisans qui en faisaient déjà - qui étaient alors, semble-t-il, peu nombreux - ont augmenté leur production et plusieurs autres ont commencé à en fabriquer. Enfin, les boutiques ont,

elles aussi, augmenté leurs commandes et mis davantage en avant ce produit. Or, au regard des objectifs initiaux de ce développement du produit « capteur de rêves », les réponses des participants vont toutes dans le même sens : ils étaient économiques. La popularité du capteur de rêves est en effet un sujet qui fut très souvent abordé dans les entrevues pour expliquer ce développement. C'est d'ailleurs un autre des quelques points sur lesquels tous les Amérindiens s'entendent à son égard. Le capteur de rêves est, aux yeux de tous, un produit qui « plaît beaucoup aux touristes »¹. Mais les données recueillies révèlent l'existence d'autres raisons à ce développement que son succès auprès des touristes et qui s'avèrent liées à l'objet en soi.

Tout d'abord, le capteur de rêves est un produit facile et rapide à faire. Nous avons eu plusieurs fois l'occasion d'en faire et cette expérience nous a permis de le confirmer. Un artisan expérimenté peut en faire plusieurs en une heure. En termes de temps, c'est donc un produit rentable. Bien plus, par exemple, que le canot d'écorce miniature fait de façon traditionnelle qui exige un travail long et minutieux.

Le capteur de rêves est également un produit peu dispendieux à produire. Les matières premières de base nécessaires à sa fabrication sont de quoi faire le cerceau, traditionnellement des branches de bois, de la ficelle ou de la barbiche (lanières de cuir d'orignal humides qui durcissent en séchant) pour la toile et enfin de quoi faire les ornements. Certains de ces matériaux sont d'ailleurs parfois simplement ramassés en forêt. Cet aspect permit de découvrir que la pratique du troc est encore courante chez les Hurons. Après une trappe ou un séjour dans le bois, des matières premières peuvent être

1 Entrevue 8, décembre 2008.

apportées à des artisans, parfois pour rendre service, parfois en dédommagement d'un service passé ou à venir, ou encore en échange d'un objet d'artisanat. Il est également fréquent que des Autochtones viennent commander un produit à un artisan, à titre d'exemple : un tambour d'eau (un instrument de musique iroquoien) en vue d'une cérémonie. Ainsi, si le tourisme et l'artisanat sont étroitement liés l'un à l'autre à Wendake, ce dernier occupe néanmoins une place importante au sein de la communauté dont les membres font également partie de la clientèle.

Par ailleurs, l'artisanat est une activité particulièrement facilitée à Wendake par la présence de la Corporation des Artisans Indiens du Québec (CAIQ) qui y a son siège. Cet organisme, à but non lucratif, fut incorporé en 1974 avec l'appui et le support financier du Ministère des Affaires Indiennes et du Nord-Canadien. Son objectif initial était de « permettre aux producteurs d'artisanat du Québec de s'approvisionner au niveau de l'achat de leurs matières de base »¹. Cette entreprise permet donc aux artisans de Wendake d'avoir accès à toutes sortes de produits servant à la fabrication de leur artisanat, notamment les éléments de base du capteur de rêves, mais également ceux que l'artisan ajoute à sa guise, tels que : des plumes, des dents, des pierres précieuses, des os, du cuir ou encore des perles. Notons alors qu'une discussion informelle avec une personne travaillant dans cette structure depuis sa création nous a permis d'apprendre que la production et la vente des éléments spécifiquement rattachés au capteur de rêves ont fortement augmenté depuis une dizaine d'années. Cela confirme donc une fois de plus la date du développement commercial du capteur de rêves. Parmi ces éléments,

1 www.nativecraftmen.com (consulté le 20 janvier 2009)

figurent des cerceaux en métal, en cuivre et nickel. Soulignons que l'usage de produits industriels et prêts à l'emploi rend la production de capteur de rêves plus rentable en termes de temps, mais également financièrement car ces derniers sont à l'achat moins coûteux que les produits entièrement naturels. Les cerceaux de métal vendus par la CAIQ font de 1 à 27 pouces de diamètre. Ce fait illustre bien la diversité de taille du capteur de rêves et conduit à évoquer celle de l'objet en soi.

Si la base du capteur de rêves est simple, les déclinaisons possibles sont, elles, très variées en matière de taille, de type et de contenu. Il en existe de toutes les couleurs et les matériaux d'ornement sont très variés. Certains sont fait uniquement à partir de matières naturelles, d'autres avec du plastique ou d'autres matériaux synthétiques. Beaucoup conjuguent le naturel et l'industriel. Plus rares, certains sont faits à partir de mâchoire de castor ou d'orignal, d'autres entièrement en perles. On en trouve des simples, mais parfois des triples avec trois cercles de tailles différentes. Un Huron¹ nous a même dit en avoir un jour vu un carré ! Les possibilités sont donc infinies. Or, cette diversité a également occasionné une diversité tarifaire. Dans les boutiques de Wendake, les moins chers sont à quelques dollars, commençant généralement autour de 8 \$. Les plus gros ou les plus atypiques peuvent quant à eux atteindre 90 \$, voire au-delà. Le prix varie suivant la qualité du capteur de rêves et celle-ci est notamment liée aux critères d'authenticité que nous aborderons ultérieurement. A cette diversité s'ajoute celle des produits dérivés du capteur de rêves. On trouve dans les boutiques des boucles d'oreilles, des pendentifs et des porte-clés « capteurs de rêves » qui sont, eux aussi,

¹ Entretien 3, décembre 2008.

déclinés de plusieurs manières qu'il s'agisse de couleur, de matière ou de contenu. Voici quelques photographies¹ illustrant la diversité de l'offre en matière de capteurs de rêves et de produits dérivés :

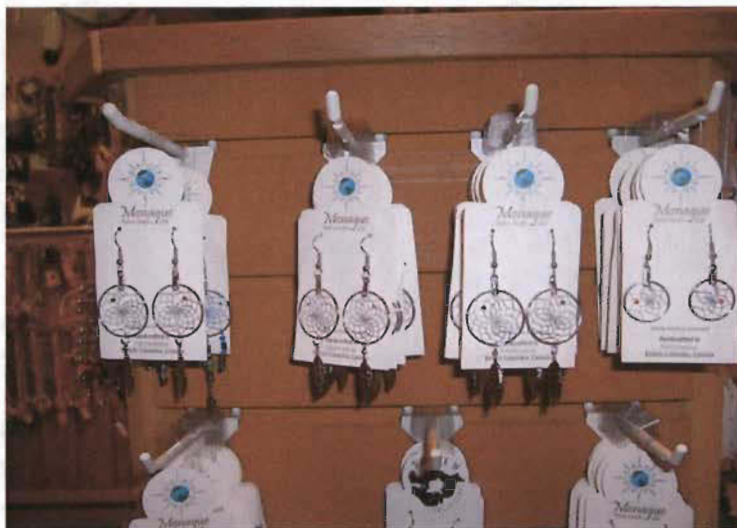


Figure 1. Photographie de boucles d'oreilles « capteur de rêves », boutique Le Huron, Wendake.



Figure 2. Photographie de porte-clefs « capteur de rêves », boutique Le Huron, Wendake.

¹ Photographies prises à Wendake par la chercheuse dans la boutique Le Huron, Décembre 2008.



Figure 3. Photographie d'un capteur de rêves à 5 cercles, boutique Le Huron, Wendake.



Figure 4. Photographie d'un capteur de rêves, boutique Le Huron, Wendake.

Enfin, plusieurs services ont également été développés autour du capteur de rêves. Il y a bien entendu le simple achat en boutique, mais ce dernier peut être agrémenté d'une interprétation de l'objet par les vendeurs. A Wendake, il y a aussi une interprétation qui est faite au site OnhoüA Chetek8e. Lors de leur entrée dans la maison longue traditionnelle reconstituée, les visiteurs sont invités à regarder en l'air et à admirer le capteur de rêves accroché à la poutre et le guide en fait une interprétation. Voici quelques photographies¹, une de l'intérieur de la maison longue où figure le capteur de rêves (notons que la présence de deux personnes permet d'avoir une perception de la grandeur de la structure qui a volontairement été construite à l'échelle et de celle du capteur de rêves), une du capteur de rêves (notons que celui-ci est sobre et fabriqué exclusivement à partir de matières naturelles) et enfin une de l'extérieur de la maison longue.

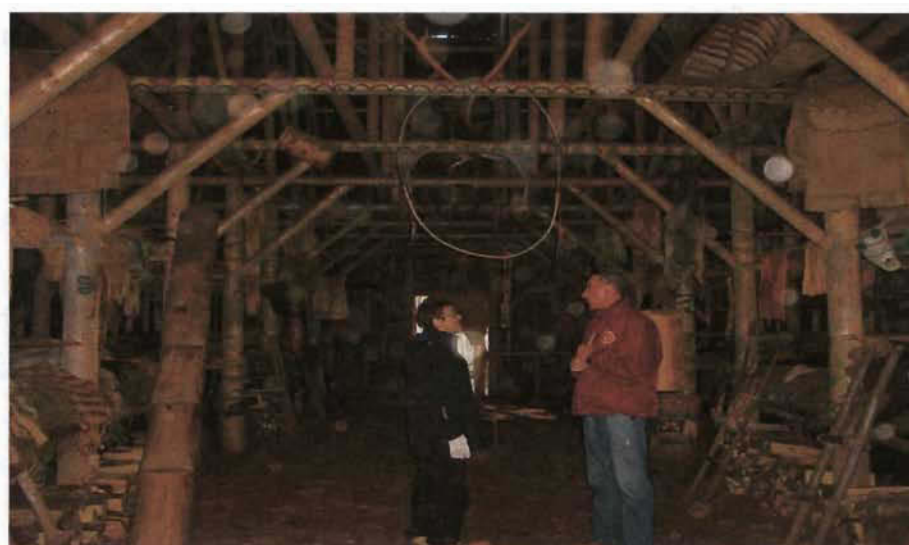


Figure 5. Photographie de l'intérieur de la maison longue du site OnhoüA Chetek8e, Wendake.

¹ Photographies prises à Wendake par la chercheuse au site OnhoüA Chetek8e, décembre 2008.



Figure 6. Photographie du capteur de rêves de la maison longue du site OnhoüA Chetek8e, Wendake.



Figure 7. Photographie de la maison longue du site OnhoüA Chetek8e, Wendake.

Un capteur de rêves similaire mais de petite taille, d'environ 15 cm de diamètre, a également été placé dans l'une des vitrines du musée de l'Hôtel-Musée ouvert en 2008 et, lors de la visite, il est parfois interprété. Enfin, il existe également les ateliers de démonstration et de conception de capteur de rêves, qui permettent aux touristes d'observer un artisan en train d'en fabriquer un. Ce type de prestations est rarement accessible à Wendake. Elles sont presque exclusivement proposées lors des célébrations comme le pow wow ou encore la fête des trois sœurs (cette célébration a lieu au printemps et met à l'honneur les trois produits d'agriculture traditionnelle des Hurons nommés « les trois sœurs », à savoir le maïs, le haricot et la courge). Il existe également l'atelier de confection de capteur de rêves qui permet aux participants de fabriquer eux-mêmes le leur. Ce type de service est l'expérience la plus poussée qu'un touriste puisse trouver au Québec avec le capteur de rêves. Au moment de cette enquête, cette activité était possible dans un seul site touristique qui propose des séjours de durée variable, de quelques heures à quelques jours. Ce dernier est situé en pleine nature, à environ une demi-heure de route de Wendake, et le gérant¹ de ce site nous a expliqué qu'il l'organisait en fonction du temps dont disposent les visiteurs, des matières premières à disposition et de leur désir puisque certains préfèrent, par exemple, l'atelier de colliers totémiques. Nous avons également rencontré et interrogé un Huron-Wendat² qui, par le passé, possédait un site du même type et organisait, lui aussi, à l'époque, des ateliers de confection ou de démonstration de capteurs de rêves ainsi que de colliers et de bracelets. Lui avait commencé cette activité dans le cadre de visites scolaires puis, rapidement, il

¹ Travailleur touristique 2

² Entrevue 6, décembre 2008.

s'est mis à en faire avec des touristes européens en majorité, mais aussi québécois. Toutefois, il le faisait uniquement pour des groupes d'au moins une douzaine de personnes, car cela lui permettait de rassembler tout le monde autour d'une même activité. Lorsqu'il ne recevait que quelques personnes, il n'en faisait pas : « ça valait pas la peine » nous a-t-il expliqué. En somme, l'atelier de capteur de rêves est un service rare et circonstanciel.

Le développement du produit capteur de rêves était donc rentable à plusieurs niveaux en termes de facilité, de temps et de coût de production. De plus, l'adaptabilité de l'objet a permis d'en faire un produit aujourd'hui diversifié pouvant répondre à différents goûts, différents usages et différents budgets et autour duquel ont pu être développés différents services. Au-delà de sa popularité chez les touristes, le capteur de rêves était donc en soi un objet qui se prêtait bien à un développement touristique. Il semblerait donc que sa popularité et son adaptabilité touristique se sont corrélées dans son processus de touristification. Il a été développé parce qu'il avait du succès, mais ce dernier a aussi été amplifié par son adaptabilité aux besoins touristiques. Et, encore une fois, un fait qui ressort clairement des entrevues est le caractère spontané de ce processus. Aucun témoignage n'amène à penser que ce phénomène a fait l'objet de concertations. Il n'a pas été décidé, collectivement, de développer ce produit chez les Autochtones. La mode du capteur de rêves est arrivée et tout s'est enchaîné, dans les boutiques, chez les artisans et chez les guides-interprètes. Comme l'exprime ici ce

travailleur touristique huron¹, ancien propriétaire d'un site touristique : «Bah disons que c'était rendu quasiment une mode à un moment donné (...). Ce qui fait que j'ai comme suivi la mode moi aussi, là».

Or, le fait que le secteur touristique autochtone ait « suivi la mode » et l'enchaînement spontané qui a conduit à faire du capteur de rêves l'un des produits-phares de l'artisanat amérindien à Wendake, témoignent d'une intégration des caractéristiques du marché. Quand un produit a du succès, on le développe, on le diversifie, on le décline. Les commerçants hurons ont également pleinement intégré les outils propres à l'économie capitaliste. Comme nous l'avons vu, le commerce d'artisanat repose sur une chaîne de production et de distribution centralisée. De plus, en matière de logistique, de gestion et de comptabilité, tout est informatisé. Afin d'illustrer davantage cet aspect, penchons-nous à nouveau sur la corporation des artisans indiens du Québec. Pour passer commande auprès de la CAIQ, il suffit d'aller sur leur site internet. Ce dernier, outre le fait qu'il soit bilingue français-anglais, est également très bien structuré et moderne. Il y a un accès direct au catalogue dans lequel les prix sont indiqués. On y retrouve également le système du « panier » : en un simple clic les produits y sont intégrés et la facture calculée automatiquement. Il suffit ensuite de donner ses coordonnées pour que la commande soit enregistrée. Par ailleurs, comme il est expliqué sur ce même site, depuis les années 90, la CAIQ a élargi son activité à l'échelle

1 Entretien 6, décembre 2008.

canadienne et compte aujourd'hui plus de 11 000 clients¹. Ce développement et la qualité du site internet témoignent de l'intégration chez les Hurons des outils modernes propres au commerce. De la même manière, en matière de commercialisation et de promotion touristique cette fois-ci, une visite rapide des sites internet de la STAQ² ou encore de l'Office³ de Tourisme de Wendake (d'ailleurs récemment ouvert au moment de l'enquête) suffit pour se rendre compte que les Hurons ont intégré les outils modernes. Il en va de même pour les boutiques d'artisanat de Wendake qui, pour la plupart, possèdent elles aussi leur propre site internet. En outre, ces deux structures et ces entreprises utilisent également certains des outils de promotion visuelle classiques propres au tourisme : plaquettes d'information sur leurs produits, cartes de visite, auto-collants, marques-pages, casquettes, sacs ou encore stylos à leur effigie. Enfin, rappelons que la STAQ s'occupe de la publication annuelle du guide officiel des produits touristiques autochtones du Québec.

En somme, au regard du processus de touristification du capteur de rêves, en termes de stratégies adoptées et d'outils utilisés, il est apparu que les Hurons ont profondément intégré le modèle économique capitaliste. Cette modernisation s'explique historiquement, comme nous le savons, par le fait que Wendake est au cœur de la région urbaine de la ville de Québec. Toutefois, le fait que les raisons initiales de la mise en tourisme du capteur de rêves étaient économiques, ne signifie pas que d'autres enjeux ne

1 www.nativecraftmen.com (consulté le 20 janvier 2009)

2 www.staq.net (consulté le 20 janvier 2009)

3 www.tourismewendake.com (consulté le 20 janvier 2009)

s'y sont pas superposés par la suite. Au cours de ce processus, le capteur de rêves a intégré les activités de commerce, d'artisanat et de tourisme de Wendake. Or, d'une part, des liens au passé sont rattachés à ces activités. D'autre part, celles-ci revêtent d'autres enjeux que ceux d'ordre économique. Se pose alors la question de savoir dans quelle mesure et de quelle manière le produit « capteur de rêves » en est paré aux yeux des travailleurs touristiques.

4.2 Touristification et liens symboliques au passé

Des entretiens avec les travailleurs touristiques, il ressort très clairement que, pour tous, le commerce d'artisanat et plus généralement le tourisme, sont des activités *professionnelles*. Avoir un emploi rémunéré est apparu comme une nécessité entendue à Wendake et cela témoigne de la modernisation de leur mode de vie. Dans un même temps, ces activités sont aussi chargées de liens symboliques au passé et ces derniers sont en soi identifiables dans la mise en scène touristique de Wendake.

Tout d'abord, si les commerçants hurons ont été si prompts à réagir à la mode du capteur de rêves, cela n'est pas uniquement lié au processus d'occidentalisation. Une telle analyse reviendrait à évincer complètement l'un des particularismes hurons fondamentaux.

4.2.1 Le commerce : une tradition huronne

Les hurons sont «le peuple du commerce». Il est rare de trouver un document évoquant ces derniers sans que cette appellation n’y soit mentionnée, en particulier dans le tourisme. En effet, dans les sites qui proposent une interprétation des différentes nations, à Wendake ou ailleurs, les Hurons sont toujours présentés ainsi. Les guides touristiques de la STAQ y font d'ailleurs également allusion :

La valorisation du patrimoine Huron-Wendat, appuyée par le développement du commerce et de l'artisanat, atteste du dynamisme ancestral de ces gens d'affaires amérindiens. (STAQ, 2006, p. 77)

Cette communauté se démarque par ses nombreux attraits touristiques valorisant le patrimoine culturel de cette nation et attestant également du dynamisme de ce peuple en matière de commerce. D'ailleurs, la nation Wendat est aussi appelée le « peuple du commerce ». (STAQ, 2008-2009, p. 92; STAQ, 2009-2010, p. 88)

Afin de mieux saisir ce lien qui unit les Hurons au commerce, il convient de se pencher, un bref instant, sur l'histoire de leur nation. Ce détour nous permettra en outre d'éclairer les modalités d'apparition du commerce d'artisanat dans cette communauté.

4.2.1.1 Les Hurons et le commerce au fil de l'Histoire

En comparaison à d'autres nations autochtones du Québec, l'Histoire des Hurons est très bien documentée. Ce fait est lié aux contacts et aux relations entre eux et les non-Autochtones. De nombreux documents d'archives ont ainsi permis aux historiens de reconstituer des pans importants de l'Histoire desdits Hurons de Lorette. Cette

appellation - liée à leur établissement en 1673 à l'Ancienne-Lorette puis, définitivement à partir de 1697, à côté de Loretteville, dans l'actuel Wendake (signifiant le pays des Wendats) - est le titre d'un ouvrage publié en 1996 sous la direction de Denis Vaugeois qui rassemble plusieurs écrits d'historiens. Ce dernier est d'une grande aide pour mieux comprendre l'histoire de leur nation et le lien qui les unit au commerce.

En effet, déjà bien avant l'arrivée des Européens, les Hurons étaient des commerçants. Idéalement situé au cœur des réseaux de communication et de commerce de la région des Grands Lacs, de la vallée du Saint-Laurent et des Laurentides, le pays des Wendats en constitue la plaque tournante. Par ailleurs, le commerce chez les Hurons était étroitement lié à la pratique de l'agriculture. Leurs productions étaient facilement troquées contre d'autres denrées avec leurs voisins, en particulier les Algonquiens qui, étant nomades, ne cultivaient pas. L'agriculture conjuguée à leur emplacement stratégique leur a fourni une influence telle en matière de commerce que la langue huronne était couramment usitée dans ce domaine. Par ailleurs, commercer leur avait permis d'acquérir des compétences en matière de diplomatie. De ce fait, ils avaient également le statut de médiateurs au sein des réseaux d'alliances entre nations.

En faisant alliance avec les Innus en 1603, les Français ont indirectement été intégrés à ce réseau amérindien. Toutefois, en raison de leur hégémonie dans ce réseau, les Hurons ont rapidement acquis une position privilégiée auprès des Français (Delâge, 1996). Par ailleurs, ces alliances commerciales impliquant aussi des militaires, dès 1609, Champlain participe à des expéditions armées contre les Iroquois, les ennemis de

ce que Delâge (1996, p. 99) appelle le « système d'alliance huron ». Toutefois, les attaques iroquoises de 1648-1649 mènent à la destruction de la Huronie et à la dispersion des Hurons. Parmi les survivants, certains furent intégrés aux cinq nations iroquoises et certains se réfugièrent au nord chez les Algonquins. D'autres, enfin, se scindant en deux groupes, partirent s'établir ailleurs. Leurs descendants sont les actuels Wyandots des Grands Lacs et les Hurons-Wendat de Wendake. Quand, après plusieurs déplacements, ils sont finalement installés à l'Ancienne-Lorette en 1673, ils ne sont plus qu'environ 300 (Delâge, 1996). Malgré leur poids démographique désormais limité et la réduction de leur influence dans le commerce, les Hurons de Lorette redevinrent rapidement indispensables aux Français, en raison entre autres, de la qualité de leurs techniques de guerre qu'ils leur enseignèrent et du fait qu'ils jouissaient toujours d'un statut prestigieux dans le réseau amérindien allié.

Par la suite, toutefois, ils se remirent à faire du commerce, mais cette fois celui d'artisanat. Depuis vraisemblablement très longtemps, les Hurons fabriquaient eux-mêmes les objets nécessaires à leur survie, tels que les outils, les habits, les mocassins, les canots ou encore les raquettes. Et, comme le rapporte Gerin (1996, p. 36) : « le développement de la petite fabrication se fit tout naturellement. L'agriculture leur manquant, la chasse et la cueillette n'étant plus aussi fructueuses, les Hurons durent se chercher un nouveau moyen d'existence. Ils le trouvèrent dans leur aptitude traditionnelle à la fabrication et au commerce ».

Aux alentours de 1742, déjà, le témoignage d'un pasteur luthérien ayant visité

Wendake mentionne que les Hurons vendaient ce type de produits sur le marché de la ville de Québec (Jaenen, 1996). La vente d'artisanat chez les Hurons débuta il y a donc plusieurs siècles, mais elle s'accrût et se précisa conséquemment au cours des XIX^{ème} et surtout XX^{ème} siècles. Plusieurs raisons sont données à ce développement : le délaissement de l'agriculture lié au manque d'espace sur la réserve et de la pauvreté de leur terre ; la réduction de la pratique de la chasse causée par l'éloignement du gibier lié à l'extension de l'agglomération des – désormais – Québécois, mais aussi par des réglementations fédérales restrictives dans ce domaine ; et enfin, l'amélioration de l'approvisionnement en matières premières liée à l'émergence de l'industrie et la modernisation des transports (Gérin, 1996).

Les observations de Gérin, datant de 1901 et 1902, montrent que ce commerce y était déjà bien en place et surtout centré sur les peaux, la fabrication de mocassins, de raquettes et de quelques autres objets amérindiens. Soulignons alors qu'aucun de ces textes ne mentionne le capteur de rêves, ce qui appuie une fois de plus l'idée que cet objet est apparu récemment à Wendake. Que ce soit pour un des établissements des alentours dirigés par des non-Autochtones ou à leur compte, de nombreux Hurons et Huronnes travaillent dans ce domaine. En outre, les maisons abritent souvent des ateliers et de nombreuses familles y produisent des objets qui sont ensuite vendus au détail au village, lors de déplacements, ou encore en gros à des commerçants des grandes villes. En outre, lors de son passage à Wendake, Gérin fait également la connaissance de Prudent Sioui et apprend de ce dernier qu'une boutique est en construction en annexe de sa maison. On en retrouve la description quelques décennies

plus tard dans le texte de Falardeau (1996). Aux yeux de ce dernier, c'est en 1939, l'une des rares fabriques encore conséquente en matière d'artisanat amérindien, la crise économique ayant eu raison de la plupart des industries qui, dans les années 20, embauchaient encore à Loretteville. En 1939, outre celle de Prudent Sioui, Falardeau (1996, p. 77) n'évoque plus que « quatre minuscules manufactures de canots ». Il souligne également l'existence de quelques ateliers familiaux où sont encore fabriqués « ces belles et solides raquettes en bois de frêne » qui, quelques années auparavant, avaient fait la popularité de l'industrie de Lorette et sont aujourd'hui un produit de grande renommée à Wendake. Enfin, autre point intéressant, Falardeau (1996, p. 63) évoque la présence de « rares touristes étrangers [qui] se hasardent à visiter, les mois d'été, avec le secret espoir de rencontrer des Indiens tatoués, empanachés de plumes ou brandissant le tomahawk ancestral ». Lors de la première moitié du siècle précédent, des touristes commencent donc à atteindre le village huron et ces derniers sont en quête d'un folklore alors disparu chez eux. Les écrits d'historiens datant du début du XX^{ème} siècle font souvent état de l'acculturation profonde des Hurons et laissent peu de place à un éventuel espoir de voir renaître cette culture. Même Trudel (1996) - qui pourtant rapporte qu'en 1991, Trigger (p. 804) soulignait que les Hurons « montrent un intérêt toujours grandissant pour tout ce qui se rapporte à leur histoire, à leur culture et à leurs traditions », et qui, en outre, ajoute que les Hurons ont développé le commerce d'artisanat et que leurs artistes y « soulignent différentes perceptions et interprétations de la mythologie et des traditions de la culture huronne » - conclut en disant : « S'il se reconstruit un Ouendake, il ne pourra plus être qu'un rappel bien artificiel de l'Ouendake

de la baie Georgienne » (Trudel, 1996, p. 145).

Aujourd'hui, le commerce d'artisanat autochtone fait à Wendake atteste non seulement que celui-ci n'a pas disparu mais, bien au contraire, qu'il s'est développé, modernisé et inscrit dans le développement touristique de la communauté.

4.2.1.2 Activités commerciales et liens au passé

Le lien entre les Hurons et le commerce est très ancien, comme nous venons de le voir, et influença considérablement leur Histoire. Ce détour historique visait à étayer ce particularisme huron mais, dans le cadre de cette recherche, ce qui nous intéressait était surtout la représentation qu'eux en ont et les liens symboliques au passé qui peuvent y être identifiés au regard de leurs activités commerciales et touristiques actuelles.

Rappelons-le, quatre des huit travailleurs touristiques interrogés étaient hurons-wendats. Pour l'un d'entre eux, un artisan, son activité professionnelle s'avère symboliquement étroitement reliée à ses ancêtres :

Moi ça [l'artisanat] me permet de recréer des choses que mes ancêtres faisaient : le canot d'écorce, le porte-bébé, les bonnets de plumes. Ça me permet d'en vivre, puis de pouvoir en fabriquer, puis de me renseigner sur différents sujets, des détails dans différents artisanats. (...) Bah le côté commerce, moi je dis que c'était, ouais ça l'a toujours été dans les veines des Hurons de faire le commerce ou le troc. Si on remonte à une époque lointaine sur le bord des grands lacs, les gens faisaient du commerce ou du troc, ils échangeaient des matières. (Entrevue 3, décembre 2008)

Cet extrait illustre bien ce lien au passé dans le fait de faire du commerce,

comme il le dit « ça l'a toujours été dans les veines des Hurons ». Il est fréquent que les commerçants ou artisans hurons tiennent ce type de discours. Ils disent souvent aux touristes des phrases du type « nous, on est le peuple du commerce » ou « on a toujours fait du commerce » et il arrive à certains de raconter l'histoire de la Huronie et la place prestigieuse des Hurons dans le commerce à l'époque. En outre, comme nous l'avons déjà évoqué, ce rapport entre les Hurons et le commerce est omniprésent dans la mise en scène touristique de Wendake et y est revendiqué avec fierté.

Par ailleurs, ce même artisan nous a également raconté comment, ayant toujours eu une attirance pour l'artisanat, il allait souvent - étant enfant - questionner les aînés du village sur les objets et leurs modes de fabrication. Par la suite, c'est également dans des livres et les musées qu'il a été parfaire ses connaissances sur sa culture et sur l'artisanat huron. En outre, ce choix de l'artisanat comme métier était conjoint à une volonté de préservation de sa culture : « J'ai toujours eu une attirance vers l'artisanat. Puis c'est un peu comme je disais à tout le monde, c'est... j'ai toujours voulu récupérer les choses pour pas que ça tombe dans l'oubli ou bien la perte, vu qu'on a perdu beaucoup de connaissances, là ». Après nous avoir raconté comment les Hurons s'étaient mis à vendre de l'artisanat pour pallier les carences occasionnées par la perte de la chasse, il conclut en disant « Mais les gens y se sont toujours fabriqué de l'artisanat ». Son parcours professionnel s'entend ainsi comme une vocation investie d'un désir de protéger sa culture et de perpétuer une tradition ancestrale.

Pour deux autres travailleurs touristiques hurons-wendats en revanche, cette

charge symbolique de liens au passé est moins évidente. Le fait de travailler dans le secteur touristique ou dans l'artisanat semble, à première vue, être arrivé « par hasard » dans leur vie, au gré de leurs envies et des opportunités. L'ancien propriétaire d'un site touristique nous a ainsi rapporté s'être lancé dans cette activité parce qu'on lui disait souvent : « Trouve-toi une place et reçoit du monde, ça va marcher »¹. En outre, il aimait cette activité parce qu'elle n'est pas routinière : « tu changes de personnes, tu changes de décors ». Pour une artisane² dans la soixantaine, se mettre à fabriquer des capteurs de rêves a été motivé par son goût pour le laçage - lacer des raquettes fut en effet son métier pendant longtemps - et, également, par le coup de cœur qu'elle a eu pour cet objet en le découvrant : « (...) quand j'ai vu le capteur de rêves, j'ai dit : Hein, c'est donc ben beau ça ! Faut que j'apprenne ça ! ». En outre, elle nous raconta avoir eu une boutique d'artisanat à Wendake et nous expliqua combien elle aimait répondre aux questions et aux attentes des touristes.

Certains parcours professionnels semblent ainsi étroitement liés aux aléas de la vie, aux plaisirs et aux possibilités qu'elle offre, de même qu'aux obligations qu'elle suppose aujourd'hui. Néanmoins, ces discours témoignent aussi de la place que le commerce occupe chez les Hurons. Du fait de ce lien au passé, c'est une activité qui est valorisée et encouragée. Or, cette influence du milieu, si elle n'est pas clairement identifiée, affleure tout de même dans les témoignages de ces travailleurs touristiques. Ce n'est pas sans raisons si cette Huronne a eu une boutique et s'est plus tard reconvertie dans la fabrication de capteurs de rêves. Comme beaucoup de Hurons avant elle : elle

¹ Entrevue 6, décembre 2008.

² Entrevue 7, décembre 2008.

laçait des raquettes destinées à être commercialisées. Et c'est sous l'impulsion des encouragements du groupe que cet autre Huron créa un site touristique. En somme, il règne à Wendake un climat propice aux activités commerciales et cela tient à ce lien au passé qui unit les Hurons au commerce.

Ainsi, ce n'est pas uniquement l'urbanité de Wendake qui en a fait la destination de choix pour le shopping-tour amérindien. La place qu'occupe l'activité commerciale est aussi l'expression de la perpétuation d'une tradition ancestrale huronne. Mais les activités liées au tourisme à Wendake sont aussi chargées d'autres liens au passé. Ces derniers sont d'ailleurs ressortis du discours d'un autre travailleur huron. Il évoqua lui aussi en entrevue l'histoire du commerce chez les Hurons. Toutefois, il a davantage relié son activité professionnelle aux valeurs de partage et d'accueil de sa culture.

4.2.2 Le tourisme ou la perpétuation d'une tradition d'accueil et de partage

A une première question générique sur le pourquoi et le comment il en était venu à travailler dans le tourisme, voici ce que le gérant du site touristique qui propose des ateliers de capteurs de rêves, nous a répondu immédiatement :

Ça l'histoire est vieille comme l'Amérique ! Oui, parce que moi mes ancêtres directs ont accueillis les premiers Européens, donc les premiers étrangers qui étaient des Français en l'occurrence. Puis on les a guidés, on les a nourris, et puis on les a logés, puis on les a, souvent même les missionnaires étaient convertis à nos croyances au lieu que nous nous soyons aux leurs. Donc ça date, on a toujours fait ça. Par la suite, mes grands grands parents ont continué à être des alliés des puissances européennes qui avaient importé en même temps qu'eux leur propre guerre sur notre continent. Donc on est devenu des alliés militaires,

commerciaux. Et puis notre force a continué jusqu'à ce qu'on soit tellement décimés par la maladie, encore arrivées d'Europe, les maladies. Et puis là, on a continué à partager notre agriculture, nos biens, notre territoire, nos ressources avec les Européens, nous spécialement avec les Français. Et puis par la suite, on était plus une force militaire ou commerciale importante, mais on a guidé les ingénieurs, les prospecteurs, les arpenteurs sur nos territoires pour faire, pour continuer à faire les premières cartes géographiques comme on l'a toujours fait depuis l'arrivée des premiers Européens. [...] On a continué à montrer aux Européens les frontières naturelles du continent, du pays. Et puis par la suite, lorsqu'on a tout enseigné ça, les sciences du commerce, de la diplomatie, la stratégie militaire, on a enseigné les sciences de la pêche, de la chasse, du plein air, de la pourvoirie et là on continue dans la culture, dans l'histoire et dans la spiritualité. C'est comme ça que je suis arrivé. (Entrevue 2, décembre 2008)

Ainsi, pour ce travailleur touristique, son activité actuelle est aussi étroitement liée à celles de ses « ancêtres » et s'inscrit, comme il le dira quelques instants plus tard, dans « une continuité historique ». Mais ce lien symbolique au passé, imprégné de fierté, ne s'ancre pas tant sur la tradition du commerce chez les Hurons que sur les valeurs culturelles du partage et de l'accueil :

D'abord, nous, on reçoit aucun touriste. Nous le mot touriste c'est comme le mot client, c'est pas dans notre vocabulaire, on vous comprend quand vous utilisez ces mots là, on vous comprend. Mais nous, on vous appelle nos 'invités'. On vous appelle pas des clients, ni des touristes, vous êtes toujours nos invités. A titre d'invités, on partage avec vous nos croyances. Un capteur de rêves, c'est ni plus ni moins qu'une croyance (...). (Entrevue 2, décembre 2008)

Ces valeurs du partage et de l'accueil imprègnent le tourisme autochtone en soi. Il est, en effet, fréquent que les guides ou autres travailleurs touristiques et artisans en parlent aux touristes. Elles reviennent également dans les interprétations de l'Histoire des premiers contacts avec les Européens. Lors des célébrations publiques, à Wendake comme ailleurs, il est courant qu'un mot soit dit à l'ouverture à l'intention des non-Autochtones présents, visant à leur exprimer qu'ils sont les bienvenus. Il arrive

également que le discours soit ponctué d'une référence à l'ancienneté de cette tradition d'accueil et de partage chez les Amérindiens. En outre, il est vrai que les mots « invité » ou encore « visiteur », et non « touriste », soient fréquemment employés. Ces valeurs sont également exprimées dans les outils de promotion. Sur la couverture des guides de la STAQ, il est écrit « Une hospitalité légendaire et millénaire »¹, exprimant ainsi le caractère ancestrale de ces valeurs culturelles. Sur celui de 2008-2009, soit l'année du 400ème anniversaire de la ville de Québec, y a été rajouté « 400 ans de partage ». Enfin, dans l'une des structures du site OnhoüA Chetek8e, on retrouve également cette notion de partage dans la citation² d'un chef³ amérindien célèbre écrite sur un morceau de cuir tendu sur un arceau de bois. En voici une photographie⁴ :

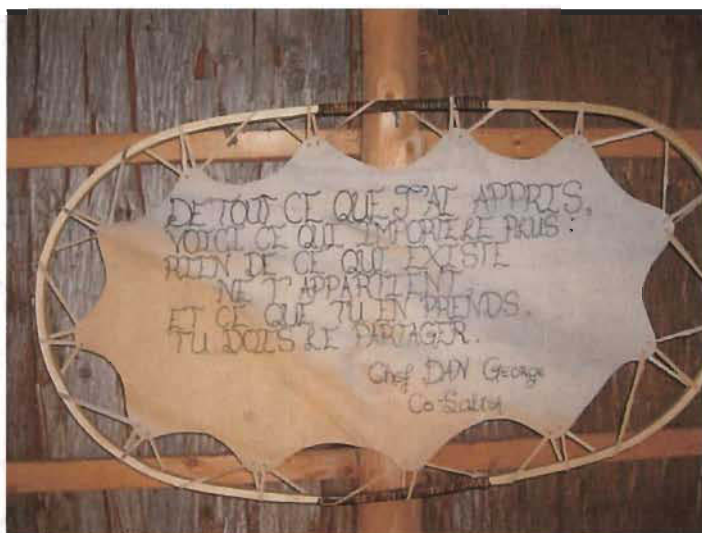


Figure 8. Photographie de la citation du chef Dan Georges, site OnhoüA Chetek8e, Wendake.

1 Guides de la STAQ 2008-2009 et 2009-2010.

2 « De tout ce que j'ai appris, voici ce qui importe le plus : rien de ce qui existe ne t'appartient, et ce que tu prends tu dois le partager. » Chef DAN Georges Co-Salisk

3 Dan Georges (1898, 1981) était un écrivain et acteur amérindien. Chef de la Nation Capilanos située en Colombie Britannique, il a œuvré à faire connaître les cultures amérindiennes et les droits ancestraux des Amérindiens.

4 Photographie prise à Wendake par la chercheuse au site OnhoüA Chetek8e, Décembre 2008.

Le sociologue Christin (2006, p. 79) considère que l'arrivée des touristes génèrent « des processus de mise en vente qui promeuvent la singularité des territoires et l'hospitalité des peuples ». Et, de ce fait, selon lui, « la gratuité de l'hospitalité tend à devenir, presque partout, un service monnayable ». On est, en effet, en droit de s'interroger sur ce qui se trame derrière ce type de discours dans le tourisme à Wendake. Relèvent-t-ils du fameux déni des caractéristiques marchandes du tourisme, coproduit par les touristes et les travailleurs du secteur ?

Comme en témoignent de nombreux documents d'archives, les premiers Européens en contact avec des nations amérindiennes attestaient déjà que l'accueil et le partage étaient des valeurs qui imprègnent leurs cultures. Notons d'ailleurs que ce fait historique est parfois rapporté par des Autochtones, travailleurs touristiques ou non, appuyant ainsi la véracité de l'« ancestralité » de ces valeurs culturelles. En outre, quelques immersions dans les milieux amérindiens suffisent à mesurer en interne l'importance et la portée qu'ont ces valeurs encore aujourd'hui. Comme il nous l'a souvent été dit : « le *je* n'existe pas chez les Autochtones, c'est le *nous* ». Soulignons au passage que ce *nous* se retrouve d'ailleurs fréquemment employé dans les entrevues. Ces valeurs prennent racines dans une pensée culturelle étroitement liée à un esprit collectif et communautaire. Et celles-ci sont agissantes au regard des étrangers de passage, mais aussi en soi en interne.

Or, un fait chargé de sens est la façon dont sont considérés les Amérindiens dont les agissements ne sont pas conformes à ces valeurs culturelles. A l'égard de ces derniers, il n'est pas rare par exemple, que la métaphore de la pomme, rouge à l'extérieur

et blanche à l'intérieur, soit utilisée. Du fait de notre statut français, il est aussi arrivé à plusieurs reprises que ces valeurs soient, en notre présence, mises en avant au regard dudit « individualisme » des « Blancs » en général ou des Québécois, en particulier. Des phrases comme « c'est pas chez les Québécois que tu serais reçue de même » ou encore des questions visant à confirmer le dit « individualisme des Occidentaux » parsemèrent nos immersions en milieux amérindiens. De nombreux marqueurs culturels autochtones sont ainsi mis en avant par une comparaison à ladite « culture blanche ». Au jeu de miroir entre le « Soi québécois » et « l'Autre amérindien » de Sylvie Vincent (1986), ne se superposerait-il pas un équivalent autochtone, lui aussi habité et nourri par des représentations réductrices, stéréotypées et ethnocentrées à l'égard des « Blancs » ? S'exprime là, de notre point de vue, l'altérité fondatrice qui, dans ce contexte, imprégnée de colonialisme, de marginalisation et de stigmatisation, se teinte de différenciation identitaire racisée.

En outre, les touristes occidentaux jouent un rôle dans ce processus. En effet, ces derniers ont effectivement le désir de retrouver cet esprit communautaire chez les Amérindiens et cela ressort lors de leurs échanges. Ils leur expriment souvent leur nostalgie et/ou leur admiration à l'égard de ces valeurs qu'ils considèrent en déclin dans leur société et leur culture, qu'ils qualifient parfois eux-mêmes d'individualistes. De notre point de vue, ces discours confortent les Amérindiens dans cette dynamique de revalorisation interne, mais également externe par le biais du tourisme justement, de leur esprit communautaire, de leurs valeurs du partage et de l'accueil. En outre, dans l'espace-temps réduit de la rencontre touristique, la réalité moins réjouissante et moins

harmonieuse des clivages et des conflits internes qui s'y superposent, est gommée au profit d'une image de peuple uni et ouvert.

Finalement, la mise en scène touristique leur permet de perpétuer, autant que de revendiquer, une tradition *ancestrale* d'accueil, de partage et de convivialité qui leur est chère. Chère parce que rattachée à une ancienneté qui la légitime, qui plus est, avérée par l'héritage scientifique, celle-ci s'inscrit à leur yeux dans une continuité historique qui prouve la survivance de leur culture. Mais chère également parce qu'elle met à l'honneur des valeurs perçues positivement par un Occident nostalgique de les avoir perdues, permettant ainsi aux Autochtones de parer leur revalorisation d'une différenciation culturelle au regard de la société dominante. S'il apparaît que la mise en avant de ces valeurs est profitable à l'activité touristique parce qu'elles répondent aux attentes des touristes - et les Autochtones en ont pleinement conscience - la considérer uniquement comme un « processus de mise en vente » s'avère toutefois réducteur. Cette mise en valeur relève aussi d'une dynamique d'affirmation identitaire.

Les parcours, au regard du tourisme comme activité professionnelle, semblent ainsi variés et le sens dont ils sont chargés en terme de liens symboliques au passé l'est tout autant. Plusieurs facteurs expliquent cette diversité. L'intérêt pour *sa* culture et le *rapport* entretenu à celle-ci - issus tous deux des goûts et des parcours personnels, des influences de l'entourage et du milieu - varient d'un individu à l'autre et colorent le sens donné à l'activité professionnelle, ainsi que les façons d'exercer celle-ci. Mais le tissage de liens symboliques au passé dans cette relation de sens semble, lui, étroitement lié à la

connaissance de *ce* passé. Puisqu'en effet, les discours des travailleurs touristiques hurons les plus chargés de liens au passé sont également ceux qui témoignent d'une plus grande connaissance de la culture et de l'histoire de leur nation. En soi d'ailleurs, pour être signifiant, le passé ne doit-il pas être d'abord connu...

4.2.3 Une réappropriation hétérogène de la Culture et de l'Histoire dans le secteur touristique

Comme nous le savons, les pertes culturelles furent grandes et bien que, de notre point de vue, la plupart des Hurons vivant à Wendake savent qu'ils sont « le peuple du commerce », plus rares sont ceux qui connaissent la longue Histoire que cette appellation recouvre. Un fait qui abonde dans ce sens est que la participante travaillant au Musée de la Nation à Wendake nous a expliqué que certains guides furent surpris de découvrir une partie de leur Histoire en y travaillant. Elle nous a également raconté que lorsque des postes furent à pourvoir au Musée, un cours de guide-interprète était alors offert par le CDFM huron-wendat (Centre de Développement de la Formation et de la Main-d'œuvre). Mais plutôt que d'en informer les participants, ils décidèrent d'attendre que certains posent une candidature spontanée. Elle conclut en disant : « on était en mesure de faire une belle sélection avec les gens qui avaient de l'intérêt, puis qui connaissaient pas nécessairement le salaire qu'on allait offrir, qui venaient vraiment par un intérêt là. »¹. Cette anecdote illustre combien les diversités d'intérêt et de connaissances à l'égard de la culture font partie de la réalité huronne et comment elles

¹ Entrevue 8, décembre 2008.

habitent le secteur touristique et ses préoccupations en termes de qualité de service. Or, cette hétérogénéité de connaissances prend racine, certes dans des différences d'intérêt pour la culture, mais également dans les processus de réappropriation de l'Histoire huronne. Comme en témoignent les extraits précédemment cités, des détails et des références historiques issus d'articles ou d'ouvrages d'historiens se retrouvent dans les discours de certains Hurons. La raison est simple : certains les ont lus.

L'anthropologue Marius Barbeau serait sûrement ravi, et peut-être un peu surpris aussi, d'apprendre qu'un artisan¹ Huron nous a un jour sorti d'un placard l'un de ses ouvrages en nous demandant expressément de le manipuler avec soin. Conservé comme une relique, ce livre s'ajoute à d'innombrables documents précieusement conservés par ce Huron désireux de mieux connaître ses ancêtres et sa culture. Ce n'est pas là un événement isolé ni chez les Hurons, ni à l'échelle mondiale d'ailleurs. De plus en plus, les ouvrages des anthropologues de la première heure - ceux-là même qui se donnèrent pour mission de collecter des données sur les us et coutumes de peuples prétendument voués à disparaître - sont aujourd'hui consultés par leurs descendants et leur contenu réapproprié afin de redonner vie à des traditions perdues. Et les concepts propres aux disciplines dont sont issues ces connaissances et dont elles sont imprégnées, sont eux aussi, réappropriés. Souvenons-nous de ce Huron qui, parlant de son travail dans le tourisme, nous a dit « en fait, c'est juste une continuité historique »². A la tradition orale se mêle une nouvelle, écrite cette fois, qui vient nourrir de sa richesse et appuyer de sa

1 Il s'agit en l'occurrence de l'artisan ayant exprimé que faire de l'artisanat lui permettait de recréer des objets que ses ancêtres faisaient.

2 Entrevue 2, décembre 2008.

« véracité scientifique » des renaissances culturelles. Or, ces deux mémoires, interne et externe, s'entremêlent et se soutiennent de telle façon qu'il est impossible de les distinguer. Et sur la base de cette matrice de connaissances, jamais achevée, toujours sujette à des rajouts et des modifications faits au gré des lectures et des échanges, chaque individu (re)construit un univers de sens dans lequel se cristallise un rapport unique et distinct à *sa* culture, à *son* passé et finalement à *soi-même*.

Et ainsi, pour l'un d'entre eux, faire et vendre de l'artisanat est un métier qui s'entend comme une vocation politisée, étroitement liée à une tradition de ses ancêtres qu'il souhaite perpétuer et préserver. Pour un autre, accueillir des touristes et partager avec eux sa culture s'inscrit dans « une continuité historique » avec ses ancêtres et leurs valeurs. Pour d'autres, le tourisme ou l'artisanat sont des métiers qui étaient accessibles, valorisés et encouragés au sein du groupe et, qui plus est, agréables parce que non-routiniers ou manuels. La palette des possibles ne serait-elle pas aussi grande que semble l'être la diversité de façons de se penser en tant qu'Huron aujourd'hui ?

Néanmoins, à l'exception de l'un d'entre eux qui demeura toujours très pragmatique dans le sens donné à son travail dans le tourisme, tous les travailleurs touristiques (Hurons ou d'une autre nation) évoquèrent le fait que cette activité est à leurs yeux bénéfique à leur culture. Or, cette « valeur ajoutée » fut particulièrement attachée à la fabrication d'artisanat.

4.2.4 Artisanat et renouveau culturel

Cet artisan - pour qui l'artisanat est un moyen de faire des objets que ses ancêtres faisaient – nous a également raconté qu'en discutant avec un aîné, il a appris qu'avant, les Hurons avaient un tambour d'eau dont ils se servaient pendant les cérémonies. Il fit des recherches et finit par s'en procurer un auprès d'un Mohawk. Comme nous le savons, les Hurons et les Mohawk sont de la même famille linguistique et culturelle. De ce fait, ils ont des pratiques communes. Après avoir étudié ses méthodes de fabrication, il commença à faire des tambours d'eau. Aujourd'hui, comme il le dit, « c'est reconnu comme étant notre tambour traditionnel »¹. Désormais, ces tambours d'eau sont utilisés dans des cérémonies et, à plusieurs reprises, nous avons pu observer que cet objet est devenu populaire à Wendake. Nombreux sont les Hurons qui en commandent chez cet artisan ou chez d'autres qui se sont, depuis, mis à en faire. Nous nous souvenons également d'une jeune danseuse huronne qui, lors d'un pow wow à Wendake, était vêtue d'une magnifique robe blanche traditionnelle en cuir. Nous la complimentons à ce sujet et elle nous raconte, avec une excitation évidente, que c'est sa première tenue traditionnelle de danse. Elle l'a fait faire sur mesure par une amérindienne réputée de l'Ouest et a douloureusement attendu pendant des mois que celle-ci arrive par la Poste. De nombreux autres exemples de ce type pourraient être cités ici qui témoignent tous d'un enthousiasme certain pour les objets d'artisanat, lui-même nourri par la créativité des artistes et artisans hurons ou d'autres nations.

1 Entrevue 3, décembre 2008.

La fabrication d'artisanat à Wendake ne constitue donc pas uniquement une source de revenus et d'emplois pour la communauté. L'artisanat est aussi un vecteur, porteur, comme le disait déjà Trigger en 1991, d'un « renouveau culturel » et l'ancienneté, avérée scientifiquement et revendiquée comme telle, qui est arrimée à cette activité - la légitimant - confère de l'efficacité symbolique à sa contribution à cette dynamique.

Or, la diversification des capteurs de rêves, en termes de forme, de taille, de matériaux utilisés et de contenu - en particulier le fait que certains aient été faits à partir de perles, de mâchoires d'orignal et autres objets étroitement liés aux cultures amérindiennes - tend à montrer qu'ils ont aussi fait, et continuent de faire, l'objet d'un engouement créatif. Le secteur touristique décida spontanément de répondre à la demande pour cet objet à des fins économiques et son adaptabilité inhérente favorisa sa diversification en tant que produit touristique. Mais la créativité qui habite ce processus ne témoigne-t-elle pas d'un investissement symbolique à l'objet ? En dépit de ses origines étrangères, le capteur de rêves aurait-il été symboliquement réapproprié par les travailleurs touristiques ? Pour quelles raisons, comment et à quel titre ?

Nous allons voir que la notion d'authenticité a permis d'éclairer les modalités du processus de réappropriation du capteur de rêves, mais également les enjeux identitaires intrinsèques à la fabrication et l'usage d'artisanat à Wendake.

4.3 Les travailleurs touristiques : réappropriation symbolique du capteur de rêves

L'authenticité est une notion forte du tourisme, comme nous le savons. Mais la questionner visait, non pas à savoir si le capteur de rêves peut être ou non considéré comme un produit touristique authentique, mais à rechercher des liens identitaires symboliques à cet objet. Or, il apparaît, d'une part, que cette notion habite les préoccupations du secteur touristique de Wendake. Les travailleurs de ce dernier ont en effet conscience qu'elle est chère aux yeux des touristes et habite la conception de leur produits et services. Un fait, qui illustre d'ailleurs bien la place que cette notion y a, est qu'elle fut quasiment systématiquement abordée spontanément par les travailleurs touristiques. D'autre part, cette notion d'authenticité n'est pas uniquement reliée à l'activité touristique. Elle est agissante en interne à l'égard de l'objet en soi, du sens qui lui est donné et des usages qui en sont faits. Or, différents ancrages identitaires ont été relevés comme porteurs d'authenticité. Ces derniers émanent des *critères* d'authenticité rattachés à cet objet. L'un d'entre eux s'avère lié à la fabrication même de l'objet.

4.3.1 L'authenticité du capteur de rêves : une question de fabrication

Aux yeux de la plupart des travailleurs touristiques interrogés, l'authenticité du capteur de rêves repose en grande partie sur les matières utilisées pour sa fabrication. Un authentique capteur de rêves doit être fait avec des éléments naturels tels que du bois

ou encore de « vraies » plumes et non des plumes de poule ou de dinde colorées. « Faut que tout soit végétal ou minéral, pas de métal, pas de plastique dans les vrais capteurs de rêves » affirma, par exemple, le gérant¹ du site touristique.

Or, si l'on se penche sur le vocabulaire utilisé pour qualifier les capteurs de rêves considérés comme authentiques et ceux qui ne le sont pas, il ressort une opposition éclairante vis-à-vis de la construction de l'idée même d'authenticité. Il y a d'un côté la notion de « matières premières », couramment utilisée et parfois associée au terme « autochtone », ou encore celle de matériaux « naturels ». Tandis qu'à l'inverse, les termes « synthétique » et « artificiel » réfèrent aux capteurs de rêves inauthentiques. Plus significatif encore, les capteurs de rêves inauthentiques furent également associés aux termes « commercial » et « touristique », ainsi qu'aux expressions telles que « Hollywood »², « marché aux puces »³, « zoo touristique »⁴ ou encore qualifiés de « tape à l'œil pour le touriste »⁵. Certains travailleurs touristiques semblent ainsi déplorer le fait que des artisans amérindiens aient choisi la facilité et la rentabilité au détriment de l'authenticité en fabriquant des capteurs de rêves à partir de matériaux synthétiques moins coûteux. Le fait de le faire de façon « naturelle » fut alors revendiqué avec fierté et engagement. Certains artisans mettent en effet un point d'honneur à faire des capteurs de rêves les plus authentiques possibles, tandis que d'autres proposent une palette plus diversifiée, mêlant traditionnel et moderne. Cette distinction se retrouve également au niveau de la tarification, les plus « naturels » étant

1 Entrevue 2, décembre 2008.

2 Entrevue 6, décembre 2008.

3 Entrevue 6, décembre 2008.

4 Entrevue 1, décembre 2008.

5 Entrevue 3, décembre 2008.

souvent plus chers que ceux plus « synthétiques ». Il existe ainsi une concurrence interne à l'égard des capteurs de rêves qui repose sur ce critère d'authenticité.

Le lien à la Nature est donc ce qui confère au capteur de rêves son authenticité, tandis que symboliquement la modernité est ce qui la lui ôte. Dans cette classification naturel-authentique versus moderne-inauthentique s'exprime, de notre point de vue, l'opposition entre tradition et modernité. Opposition qui se construit sur des liens symboliques au passé, puisque pour être authentique le capteur de rêves doit être « représentatif de ce qu'il était avant »¹. Pour cela, il doit être fait de façon « traditionnelle » ou encore « ancestrale ». Tels ont été en effet les mots employés à l'égard d'une fabrication authentique du capteur de rêves, ce qui sous-entend avec les mêmes matières et de la même façon que les ancêtres. Sur le même principe, le faire avec des produits modernes, c'est « s'éloigner de plus en plus de ce que le capteur de rêves était à l'origine »².

Ces critères d'authenticité valent pour le capteur de rêves mais également pour tous les objets d'artisanat amérindien. Or, si l'on se réfère à l'ouvrage de Marguerite Vincent (1995), l'artisanat huron est depuis longtemps sujet à des évolutions liées à des changements dans l'environnement naturel. Par exemple, dans les années 1920, pour la confection de mocassins, en raison de sa rareté, la peau de buffle fut remplacée par celle d'orignal, de chevreuil ou de caribou. De nouveaux matériaux moins coûteux ou plus faciles à manipuler commencèrent également à être utilisés. Aujourd'hui, bien que

1 Entrevue 8, décembre 2008.

2 Entrevue 8, décembre 2008.

certaines reconnaissent que l'évolution dans l'art et l'artisanat soit en quelque sorte légitime, et bénéfique puisqu'elle permet de diversifier l'offre et de faire face à la concurrence, nombreux sont les Amérindiens qui considèrent tout de même que les objets faits de façon moderne n'ont pas la même *valeur* à leurs yeux que ceux fabriqués à la manière « traditionnelle ».

Ce durcissement dans les critères d'authenticité ne serait-il pas lié à un changement de rapport à l'artisanat ? Les objets provenant de l'artisanat n'ont plus, en effet, la fonction qu'ils avaient au temps où les Autochtones les utilisaient au quotidien en tant qu'outils ou habits. Nous n'avons pas souvenir d'avoir jamais vu un Huron aller faire ses courses avec un panier de frêne traditionnel à la manière dont ses ancêtres s'en servaient pour la cueillette. Ce dernier en revanche peut être utilisé pour orner une commode. Et il en va ainsi pour de nombreux objets puisqu'en effet les intérieurs des maisons, à Wendake comme dans de nombreuses communautés ou encore chez les Amérindiens vivant en dehors, sont souvent emplis d'objets traditionnels amérindiens, de tableaux ou encore de posters représentant des figures amérindiennes ou animales. A Wendake, par exemple, on retrouve souvent les « trois sœurs », que sont la courge, le haricot et le maïs, accrochées ensemble à un mur. Les objets d'artisanat n'auraient-ils pas acquis une nouvelle fonction, *moderne*, qui vise à répondre à de nouveaux besoins occasionnés par les changements vécus ?

« Être fier d'être » Autochtone, amérindien, de telle nation, de telle communauté, a été une notion récurrente dans cette enquête. Elle revient dans les échanges avec les touristes, mais aussi entre Autochtones. On la retrouve parfois dans les outils de

promotion touristique et dans les allocutions d'ouverture de célébrations. Le pow wow de Kanawake s'appelle du reste « Échos d'une nation *fière* ». Cette fierté s'est aussi maintes fois manifestée dans les entrevues, de façon implicite ou directe : une guide-interprète¹ affirma ainsi : « Puis maintenant que je l'ai assumé, je suis fière de le dire. Je suis fière d'être une représentante des Premières Nations ! ». Tantôt inscrite en filigrane dans les discours, tantôt affirmée, la notion de *fierté* est omniprésente dans l'univers autochtone actuel. Cette fierté affichée et revendiquée ne serait-elle pas réactionnelle à la dévalorisation de l'identité amérindienne, qui a été, comme nous le savons, un outil d'assimilation forcée ? Ne témoigne-t-elle pas d'une volonté de survivance culturelle et identitaire, et d'affirmation de celle-ci ? N'est-ce pas là d'ailleurs ce qu'exprime ce désir de « garder les choses pour ne pas que ça tombe dans l'oubli ou la perte »², ou encore celui de « garder le savoir-faire traditionnel »³ ? Et n'est-ce pas pour cette même raison que ces critères d'authenticité ont non seulement été présentés spontanément, mais que leur respect a été revendiqué avec *fierté* ? « Y'en a même [des artisans amérindiens] qui ont apporté des capteurs de rêves avec des perles de plastique ou des plumes teindues, bah on les a reviré de bord ! »⁴ a déclaré le propriétaire d'une boutique d'artisanat à Wendake. Comme autant de symboles et de marqueurs culturels, les objets d'artisanat semblent servir aujourd'hui à matérialiser ce retour à la culture et à exprimer cette fierté retrouvée. Ne serait-ce pas une dynamique de décolonisation symbolique et d'affirmation identitaire qui s'expriment dans cette fonction moderne de l'artisanat ? Et

1 Entrevue 6, décembre 2008.

2 Entrevue 3, décembre 2008.

3 Entrevue 1, décembre 2008.

4 Entrevue 3, décembre 2008.

n'est ce pas en cela que l'artisanat est à la fois porteur et vecteur d'un renouveau culturel?

Par ailleurs, le fait que l'authenticité réside dans le respect d'une fabrication « ancestrale » ou encore « traditionnelle », ne renvoie-t-elle pas à l'idée de filiation inversée soulevée par Lenclud (1987) ? L'authenticité ne repose pas tant dans les matériaux utilisés ou non, que dans le *rapport* entretenu avec ces derniers. Une relation de sens dans laquelle sont construits des liens symboliques aux ancêtres et au passé. « Ce n'est pas le passé qui produit le présent mais le présent qui façonne son passé »¹. Ce sont ces liens intrinsèques construits sur une opposition passé-tradition / présent-modernité qui confèrent à l'objet d'artisanat son authenticité et qui, elle, légitime l'efficacité symbolique de celui-ci au regard de sa fonction *moderne*.

L'application de ces critères d'authenticité au capteur de rêves atteste qu'il est, lui aussi, porteur de liens au passé, incarnés entre autres par le caractère naturel de ses matériaux. Cela tend à montrer qu'il s'est inscrit dans ce renouveau culturel dont l'artisanat est un des vecteurs. Toutefois, cela ne signifie pas qu'il a été symboliquement réapproprié par tous les travailleurs touristiques de la même façon. D'une part, le capteur de rêves n'est pas un objet d'artisanat ordinaire, comme, par exemple, les mocassins. Lui revêt un caractère spirituel. Se pose alors la question de l'adhésion à la croyance en son pouvoir de trier les rêves. D'autre part, c'est un objet emprunté à une autre nation. Se pose alors la question de l'identification culturelle à cet objet.

1 Lenclud, 1987, p.118.

4.3.2 Liens au passé et usages du capteur de rêves chez les travailleurs touristiques

Si tous les travailleurs touristiques s'entendent sur l'idée qu'une vague de mode est à l'origine du développement commercial et touristique du capteur de rêves, il n'y a en revanche aucun consensus dans ce secteur au regard de ses origines. Il est clairement apparu dans cette enquête que les origines du capteur de rêves sont méconnues. En outre, cette question a fait émerger différentes interprétations.

Seulement deux travailleurs touristiques nous ont stipulé qu'il provenait de la nation Ojibway. L'un d'entre eux est l'artisan huron qui a participé à cette enquête. Et durant l'entrevue, il a émis l'hypothèse suivante :

Les Ojibway c'est des peuples de la famille algonquienne, puis les gens d'ici au Québec y'a quand même des nations qui sont rattachées à la famille algonquienne si on parle des Malécites, les Montagnais, les Atikamekw. Ces gens là sentent probablement un rattachement à cet objet là, le capteur de rêves. Puis qu'ils se sont mis à en fabriquer. (Entrevue 3, décembre 2008)

Rappelons qu'aucune donnée n'a permis de confirmer ou d'infirmer celle-ci. Toutefois, du discours de ce dernier ressort un lien d'identification culturelle à cet objet qu'il fabrique de façon traditionnelle et auquel il croit. Au sujet des capteurs de rêves réalisés à partir de matériaux modernes, il nous a d'ailleurs dit ceci :

Moi j'ai comme l'impression qu'il faut respecter ces choses-là. C'est pareil comme si on faisait un...je sais pas...l'exemple est peut-être pas bon, mais c'est pareil que si on faisait des crucifix de toutes les formes, de toutes les couleurs puis bon en tout cas je sais pas si c'est bon la comparaison mais en tout cas c'est s'éloigner des vraies choses. (Entrevue 3, décembre 2008)

Cette comparaison entre le capteur de rêves et le crucifix est revenue à plusieurs reprises dans cette enquête et atteste que le capteur de rêves revêt un caractère sacré pour certains, et notamment cet artisan. Pour cet artisan, les origines ojibways du capteur de rêves ne représentent pas un obstacle à sa réappropriation, ni à sa commercialisation. A ce sujet, il ajouta du reste que, par respect pour les Ojibways, il précise aux touristes de quelle nation il provient.

A l'inverse, la guide-interprète¹ du Musée nous a simplement dit ne pas connaître la provenance du capteur de rêves et précisa juste que cet objet se retrouve dans différentes nations amérindiennes aujourd'hui et que plusieurs légendes y sont associées. Elle en possède un parce qu'on lui en a fait cadeau et s'en sert comme objet de décoration. Elle nous a également expliqué que pour l'interprétation de la culture huronne, le Musée de la Nation a préféré au capteur de rêves des objets « plus présents dans la culture », « des objets qui sont vraiment traditionnels »². Fait qui illustre que tous ne considèrent pas le capteur de rêves comme un objet représentatif de leur culture.

Pour l'artisane³ huronne interrogée, la question de la provenance du capteur de rêves ne se pose pas. Pour elle, c'est un objet amérindien. Elle le trouve très beau, croit en son pouvoir et l'utilise pour protéger ses nuits des mauvais rêves. En outre, comme plusieurs adhérents à cette croyance, elle a purifié son capteur de rêves avant de s'en servir avec de la fumée de sauge. Pour certains, c'est en effet une condition de son efficacité.

1 Travailleuse touristique n° 8.

2 Entrevue 8, décembre 2008.

3 Travailleuse touristique 7.

Pour deux autres travailleurs touristiques, le capteur de rêves proviendrait probablement des cultures autochtones de l'Ouest. Après avoir évoqué les pertes culturelles liées à la christianisation et l'épisode des pensionnats, l'un d'entre eux justifia cette hypothèse ainsi :

Puis je pense, d'après moi, je pense, j'ai pas la science infuse, mais d'après moi je pense que dans l'Ouest la culture avait quand même été conservée beaucoup plus qu'ici. (...) Et je crois que justement par apport aux méconnaissances de nos anciennes coutumes ont porté les gens à découvrir les coutumes de l'Ouest, et entre autres y'avait quand même le capteur de rêves qui était rattaché à cette culture là. (Entrevue 1, décembre 2008)

Ce travailleur touristique amérindien nous expliqua avoir trouvé ce sujet difficile parce que le capteur de rêves, pour lui, « c'est pas [sa] culture ». Il n'en possède pas et aime d'ailleurs expliquer aux touristes, que le capteur de rêves ne provient pas des cultures autochtones du Québec. A priori donc, il ne s'identifie pas culturellement à cet objet. L'autre partisan de cette interprétation, l'ancien propriétaire d'un site touristique, la formulait ainsi :

De quelle nation là que ça vient, je serais assez embêté de te dire. Peut être que ça viendrait de l'Ouest canadien. Peut être mais je gagerais pas d'argent, je pourrais me tromper. Je sais que ça vient pas des Hurons, les masques oui, mais pas les capteurs de rêves.(...) Peut être que la spiritualité ça a pas de frontières. Fait que, ils ont trouvé ça bon. Parce que on a perdu beaucoup de nos croyances ou nos traditions les Hurons, puis peut être que on a trouvé ça que c'était bon, puis on l'a adopté, puis c'est rendu à ct' heure ça fait partie... tout le monde au village huron connaît ça un capteur de rêves. Un dream catcher en anglais. Fait que, d'après moi c'est peut être ça. (Entrevue 6, décembre 2008)

Ce travailleur touristique nous a dit croire « un peu » au pouvoir du capteur de rêves. Pour lui c'est une croyance, mais il précisa toutefois : « je vis pas juste pour ça ». Il a aussi dit en avoir chez lui et un d'accroché à son rétroviseur de voiture. Il a alors

justifié cet usage ainsi : « c'est mon côté autochtone que je veux démontrer peut être ».

Enfin, avec le gérant du site touristique qui propose des ateliers de capteurs de rêves et sa guide-interprète, la question des origines du capteur de rêves s'est posée d'une toute autre manière. A la question « d'où vient le capteur de rêves? » voici ce qu'elle a répondu :

Le capteur de rêves, ça je peux pas te dire l'endroit exact d'où ça vient. Sais-tu les Algonquins qui ont commencé ça ? Mais ça date de très loin, on peut pas savoir qui a commencé le capteur de rêves. (Entrevue 4, décembre 2008)

Pour le gérant, le capteur de rêves a toujours été symboliquement présent au Québec par l'importance du rêve propre à la pensée amérindienne. Selon lui, « le capteur de rêve lui-même n'a pas d'importance, c'est l'universalité de l'importance du rêve qui existe chez les Autochtones ». Il nous a alors expliqué l'apparition de cet objet au Québec de la manière suivante :

Le capteur de rêves a pu être conservé chez une nation particulière, il a dormi là, il était en dormance pour être ensuite réapproprié par l'ensemble des nations. C'est arrivé souvent ça dans l'histoire des Indiens d'Amérique, que nos valeurs étaient en dormance chez une nation qui, par un concours de circonstances détenait encore cette connaissance, cette tradition-là et, par la suite, ils avaient la mission de le rediffuser. Ça arrive souvent. Les vieux parlent comme ça aussi. (Entrevue 2, décembre 2008)

Lorsque nous l'avons interrogé sur la date de cette réappropriation, ce Huron affirma : « Même si j'avais cent ans je serais trop jeune ! ». Cette réponse reflète bien la construction d'un lien au passé rattaché au capteur de rêves. Toutefois, il ajouta ensuite : « peut-être je me tromperais aussi » et nous expliqua ne pas avoir fait de « recherches » sur le capteur de rêves. Pour ces deux travailleurs touristiques, cet objet est donc une vieille tradition amérindienne et, à ce titre, il fait partie intégrante de leur héritage

culturel et du reste, occupe une place importante dans leur quotidien.

Pour lui, c'est un « instrument de guérison »¹. L'individu peut « travailler » avec lui à la réalisation de ses rêves et de ses objectifs de vie. En détruisant les mauvais rêves, c'est symboliquement le manque de confiance en soi que cet objet chasse. Cette notion de guérison est pour lui un aspect central de la pensée amérindienne et réaliser ses rêves s'y entend du reste comme un devoir. Il ressort de son discours qu'il a appris la signification des rêves et cette notion d'obligation de les réaliser, entre autres, dans des ouvrages consacrés aux cultures amérindiennes et en particulier celle huronne. Et, bien que lors de nos immersions il soit arrivé à plusieurs reprises que des Amérindiens nous parlent de cet aspect de la spiritualité amérindienne, très peu l'ont rattaché au capteur de rêves, et dans le cadre de l'enquête à Wendake, ce travailleur touristique huron a été le seul. Ainsi, la symbolique des rêves semble être un sujet peu connu ou, en tout cas, peu rattaché à cet objet à Wendake.

Pour elle, le capteur de rêves est un « objet sacré »² doté d'un pouvoir qui peut nous aider, mais uniquement si l'on s'adresse à lui « avec le cœur ». Selon elle, lorsqu'il a été purifié - par la fumigation des quatre plantes sacrées que sont la sauge, le tabac, le cèdre et le foin d'odeur - « l'énergie » de la personne à qui il appartient va être à l'intérieur du capteur de rêves. Et, afin d'illustrer le pouvoir que cet objet peut avoir, elle nous a raconté que deux enfants cancéreux, à qui elle en avait offert, ont été guéris grâce au leur. Elle nous a aussi fait part de « son » interprétation du symbolisme du capteur de rêves - que nous expliciterons dans un instant- et expliqué en avoir reçu l'enseignement

1 Entrevue 2, décembre 2008.

2 Entrevue 4, décembre 2008.

par « l'invisible » dans son sommeil.

Questionner les origines du capteur de rêves en entrevue a ainsi conduit la plupart des travailleurs touristiques à élaborer des hypothèses, construites sur la base de leurs connaissances et de leurs interprétations de celles-ci. En outre, comme l'illustrent ces différents extraits, ces répondants ont souvent émis des réserves quant à la véracité de leur propos à ce sujet. Les origines du capteur de rêves sont donc méconnues dans le secteur touristique et c'est là un fait reconnu. Par ailleurs, le fait que nos interrogations aient été le déclencheur d'une réflexion tend à penser que la question des origines du capteur de rêves ne s'était pas nécessairement posée avant pour la plupart d'entre eux. En outre, il est apparu que, pour certains, les origines étrangères de cet objet constituent un obstacle à sa réappropriation, tandis que, pour d'autres, ce n'est pas le cas.

A l'inverse, la croyance dans le pouvoir du capteur de rêves est un sujet qui a été le plus souvent abordé spontanément par les répondants. Ce fait illustre qu'au contraire de celle de ses origines, cette question se pose rapidement dès lors qu'on parle de cette tradition. Finalement, pour la plupart, le capteur de rêves est une « croyance » à laquelle on est libre d'adhérer ou non. Chez ceux qui y adhèrent, justement, il ressort une diversité de représentations et de pratiques à son égard. Tandis que certains semblent y accorder une importance modérée, d'autres le considèrent comme un objet hautement sacré qui occupe une place de choix dans leurs pratiques spirituelles. Chez ces derniers, il est alors paré de liens au passé, de significations ou encore de rituels construits à partir de connaissances diverses et variées. D'ailleurs, les modalités d'apprentissage de ces dernières, leurs interprétations et le sens qui leur est donné varient aussi d'un

individu à l'autre.

A bien des égards, la réappropriation symbolique du capteur de rêves dans le secteur touristique de Wendake est donc apparue comme hétérogène. Cela s'exprime entre autres dans le caractère multifonctionnel que cet objet a acquis. Aujourd'hui, il est utilisé comme objet spirituel, décoratif ou encore comme emblème autochtone. Dans un même temps, il est aussi un produit commercialisé et mis en tourisme. Or, cette diversité de modalités de réappropriation du capteur de rêves s'exprime également dans celles de sa mise en tourisme.

4.3.3 Réappropriation et mise en tourisme du capteur de rêves

Les connaissances et les représentations relatives au capteur de rêves, mais également et surtout, le lien symbolique à l'objet n'étant pas homogènes au sein du secteur touristique, les interprétations qu'en donnent les travailleurs touristiques aux touristes diffèrent d'un individu à l'autre. Toutefois, des récurrences apparaissent.

Les observations ont en effet révélé que très rares sont les travailleurs touristiques qui racontent aux touristes ses origines étrangères. La raison étant, à priori, soit qu'ils n'en ont pas connaissance, soit que la provenance de l'objet ne fait pas partie de son interprétation. Les rares qui l'expliquent semblent le faire, comme nous l'avons évoqué précédemment, soit par respect pour la culture ojibway, soit parce que, pour eux, cette tradition ne fait pas partie de leur culture et souhaitent de fait le faire savoir. Mais dans la plupart des cas, les travailleurs touristiques ont plutôt tendance à raconter que

les Amérindiens, et non les Hurons, en ont toujours fait ou à mettre l'emphase sur l'ancestralité de cette tradition. Il en va de même pour les fascicules d'information le concernant dont, bien souvent, le contenu met lui aussi l'accent sur l'ancienneté de son utilisation chez *les Indiens*. En outre, aucun à notre connaissance ne précise ses origines ojibways ou étrangères. A titre illustratif, voici des extraits du contenu de celui mis à la disposition des clients de la boutique du site Onohoïa Chetek8e :

Une *lointaine* légende *indienne* raconte qu'un enfant faisait des cauchemars (...) C'est pourquoi *traditionnellement les Indiens* suspendent un capteur de rêves au-dessus du berceau des enfants. En plus d'être des filtres rassurants, ces capteurs peuvent même, selon la croyance, rappeler les bons rêves qui se frayent un chemin dans la toile en descendant dans les plumes. Avant de se coucher, *les Indiens* n'ont qu'à agiter les plumes pour les faire revenir la nuit suivante. [Ajout personnel des italiques]

D'autre part, comme en témoigne d'ailleurs cet extrait, le contenu des fascicules mais aussi celui des interprétations mettent l'accent sur la dimension spirituelle du capteur de rêves. Là réside, nous y reviendrons ultérieurement, l'un des attraits majeurs de ce produit et le secteur touristique autochtone en a pleinement conscience. La fonction traditionnelle du capteur de rêves, à savoir trier les bons et les mauvais rêves et, bien souvent, ses modalités de fonctionnement et d'utilisation, à savoir qu'il doit être accroché à une fenêtre afin que les premiers rayons de soleil puissent brûler les mauvais rêves et libérer les bons par le biais des plumes, constituent les éléments les plus couramment expliqués aux touristes. Il est également fréquent qu'ils racontent l'une des légendes du capteur de rêves, la plus courante étant rappelons-le, celle mettant en scène l'araignée et la grand-mère. En revanche, le fait que des Amérindiens s'en servent comme objet de décoration semble rarement être spontanément abordé par les

travailleurs touristiques. Lors de cette enquête, nous avons constaté qu'une seule guide, en l'occurrence celle du site OnhoüA Chetek8e, le mentionnait *parfois* durant son interprétation du capteur de rêves. Quelquefois, cet usage est également expliqué lorsque des touristes posent des questions, en particulier dans les boutiques. La fonction d'emblème du capteur de rêves n'a, quant à elle, jamais été expliquée à des touristes en notre présence. Au-delà de cette base variable - notamment vis-à-vis de la légende racontée - mais malgré tout relativement commune, des détails supplémentaires peuvent être ajoutés à l'interprétation.

Certains guides-interprètes racontent par exemple aux touristes que les chamans se servaient du capteur de rêves pour la divination. Il leur permettait d'identifier le mal dont souffrait son détenteur et ainsi d'être en mesure de l'éradiquer. L'utilisation du capteur de rêves par les chamans est un aspect de cet objet qui est revenu à plusieurs reprises dans cette enquête et qui demeure difficile à éclairer. En effet, si Black (1999) et Lesoeurs (2004) explicitent l'importance du rêve dans la pensée amérindienne et son rôle social - notamment dans la résolution de conflits - ni l'un ni l'autre ne font référence à une quelconque utilisation passée ou présente du capteur de rêves par des chamans ou homme-médecines amérindiens. Rappelons-le, chez les Ojibways, le capteur de rêves est traditionnellement un talisman destiné aux enfants car ces derniers sont plus vulnérables dans leur sommeil que les adultes. Les chamans se servaient-ils du capteur de rêves ? Existe-t-il des chamans amérindiens qui s'en servent aujourd'hui ? Aucune donnée ne nous permet d'apporter de réponse probante à ces questions. Nous savons que quelques rituels, que l'on pourrait qualifier d'ordre « chamanique », tels que la

cérémonie de la pipe ou encore les tentes de sudation, sont depuis quelques années de plus en plus pratiqués dans certains cercles amérindiens au Québec, mais nous n'avons jamais entendu parler d'un usage « chamanique » ou divinatoire actuel du capteur de rêves. En outre, que ce soit lors des interprétations faites aux touristes ou lors d'échanges avec des Amérindiens, cet aspect a toujours été évoqué au passé. Au vu de notre expérience de l'univers amérindien et des données de notre recherche, il nous apparaît que l'utilisation du capteur de rêves par les chamans est probablement une interprétation contemporaine.

D'autres expliquent le symbolisme du capteur de rêves en expliquant les différents éléments qui le compose : le cercle, les plumes, le bois, la pierre ou encore le cuir. Or, les travailleurs touristiques ne donnent pas non plus toujours la même interprétation de ces détails supplémentaires. Par exemple, certains vont expliquer que la pierre sert à enfermer les mauvais rêves capturés dans la toile et que, pour être efficace, celle-ci doit être précieuse ou semi-précieuse, tandis que d'autres expliquent que la pierre - ou parfois les perles qui sont aussi également souvent rajoutées dans la toile - représente les mauvais rêves.

Au-delà de ces différences de contenu, les observations révèlent surtout que l'interprétation et l'usage du capteur de rêves dans le contexte touristique varient en fonction de l'adhésion à la croyance et à l'importance symbolique accordée à cette tradition chez les travailleurs touristiques. Afin d'illustrer davantage cet aspect, prenons l'exemple le plus significatif à ce sujet : l'atelier de confection de capteurs de rêves. Si

nous avons eu plusieurs fois l'occasion de fabriquer des capteurs de rêves avec un artisan amérindien, nous n'avons malheureusement pas pu assister à un atelier de capteurs de rêves avec des touristes. Rappelons-le, cette activité est proposée à de très rares endroits et occasions. Toutefois, les données issues des entrevues et notre participation à un atelier similaire - celui de confection de colliers totémiques - nous permettent de mettre en relief combien ce service varie. Pour l'un¹ des trois travailleurs touristiques interrogés qui ont animé ou animent des ateliers de capteurs de rêves, ces derniers constituent une activité manuelle et récréative qui permet de rassembler les groupes de touristes et de leur offrir la possibilité d'en apprendre davantage sur cet objet et de repartir avec un souvenir qu'ils ont eux-mêmes fabriqué. Or, ce dernier a exprimé une vision très pragmatique de son travail dans le tourisme et une adhésion modérée en la croyance aux capteurs de rêves. En revanche, pour le gérant d'un site touristique, l'atelier de capteur de rêves qu'il propose est une « cérémonie » :

Nous ici on fait la cérémonie qui va vraiment rendre le capteur de rêves..on va le, on le bénit pas parce qu'on est pas des prêtres, mais on va le purifier qu'on appelle avec des plantes sacrées, comme le tabac, le foin d'odeur, le cèdre et la sauge. Et puis à ce moment là c'est une cérémonie qui se fait avec la personne qui a confectionné son capteur de rêves. Donc ça lui appartient en propre. (Entrevue 2, décembre 2008)

C'est la guide-interprète² qui travaille avec lui qui officie à la cérémonie du capteur de rêves. Or, tout d'abord, durant cette cérémonie, elle porte une tenue traditionnelle amérindienne et réside là une pratique courante chez les Autochtones.

1 Entrevue 6, décembre 2008.

2 Entrevue 4, décembre 2008.

Comme nous l'a dit un habitant¹ de Wendake : « On a encore nos plumes, sauf qu'elles servent pour nos cérémonies ». Ainsi, avant d'animer l'atelier de capteurs de rêves, cette guide ne se *déguise* pas en Amérindienne, mais se *pare* de son appareil de cérémonie et cela contribue à la solennité de celle-ci. D'autre part, cet atelier étant une cérémonie, il relève du sacré et requiert de fait, pour elle, d'être dans un « état d'âme » :

Quand je fais des ateliers de capteurs de rêves premièrement, je suis dans un autre état. Ok. Je suis dans un état d'âme. Parce que pour moi le capteur de rêves c'est quelque chose de sacré. Pour moi c'est mystique. (Entrevue 4, décembre 2008)

Cet « état d'âme » dans lequel elle est durant l'atelier, elle en parle aux participants au début de l'activité. Elle leur explique qu'elle va «appeler les ancêtres» à se joindre à la cérémonie, ainsi « les bonnes énergies vont être au bon endroit, au bon moment et puis ces énergies là vont suivre la personne ». Avant cela, elle leur assure qu'il n'y a aucun danger et que, s'ils ressentent une présence, ils ne doivent pas avoir peur. Suivent quelques minutes de silence où elle se tient debout, face aux participants qui sont assis devant une table. Elle ferme les yeux et se concentre. Quand elle estime que les ancêtres sont présents, elle commence l'interprétation de l'objet qui va être confectionné. Dans le cas du capteur de rêves, voici ce qu'elle en dit :

Puis j'explique le capteur de rêves, je leur montre comment faire. Je leur explique qu'est ce qui, les symboles de un, qui est contenu dans le capteur de rêves. (...) Les symboles c'est que tu as le cerceau, qui est en, quand il est fait traditionnel à ce moment-là c'est fait avec des branches. Des branches d'arbre, naturelles, donc ce qui représente la terre, tous les végétaux qu'il y a sur la terre. Puis c'est un cercle dont c'est le cycle de la vie, aucun commencement, aucune fin. Et puis ensuite quand on met des lacets de cuir ça représente tout le cycle animal. Quand on met des plumes c'est tout ce qui est libre, donc les oiseaux.(...) Puis quand on met une pierre, dans le tissage, ça représente les minéraux. Puis

¹ Entrevue 10, décembre 2008.

on essaie de mettre aussi des pierres qui ont l'énergie, donc des pierres semi-précieuses. Puis le tissage à l'intérieur il est tissé que par un seul fil donc ça le symbole c'est l'éternité. C'est ton âme. Tout simplement. C'est mon opinion du capteur de rêves, pour moi c'est quelque chose de très sacré. (Entrevue 4, décembre 2008)

A l'issue de la fabrication, chaque participant est invité à venir purifier lui-même son capteur de rêves par fumigation des quatre plantes sacrées : ainsi, ils seront reliés l'un à l'autre. Enfin, une fenêtre est ouverte afin que les ancêtres puissent repartir et l'atelier-cérémonie se termine par quelques mots d'encouragement pour leur vie future. Chez ces travailleurs touristiques, l'atelier de capteurs de rêves constitue donc une expérience empirique relative à des croyances et des rites amérindiens. Tandis que chez d'autres, c'est une simple activité de groupe, manuelle et distrayante.

Ainsi, la mise en tourisme du capteur de rêves, en termes d'interprétation et de services, diffère sensiblement d'un travailleur touristique à l'autre en fonction de la manière dont il se l'est réapproprié. Toutefois, en dépit de cette diversité de perceptions et de pratiques à son égard, un aspect relatif au capteur de rêves, en tant que produit justement, semble faire consensus au sein du secteur touristique.

4.3.4 Le capteur de rêves : un produit autochtone

En effet, les critères d'authenticité attribués au capteur de rêves en tant que produit d'artisanat, étaient les mêmes de la part des travailleurs touristiques qui croient en son pouvoir et l'utilisent, que de la part de ceux qui déclarent ne pas y croire, ne pas

l'utiliser ou encore en faire un usage purement décoratif. Même celui¹ qui estime que le capteur de rêves n'est pas *sa* culture - qui en outre déclara que cet objet « ne joue pas avec [son] identité culturelle » - nous a expliqué que les capteurs de rêves n'ayant « même pas un soupçon de matières premières autochtones, ça [le] répugne un peu ». Tandis que ceux qui sont faits de façon traditionnelle le dérangent moins.

De telles ambivalences, entre l'identification culturelle à l'objet et l'authenticité qui peut lui être toutefois attribuée, ont été fréquentes dans cette enquête. Elles tendent à penser que l'authenticité n'est pas tant liée à sa représentativité culturelle au regard de telle ou telle Nation, qu'à celui de son caractère *autochtone*. Emprunté ou non, réapparu ou non, réapproprié ou non, telle n'est pas, à priori, la source de sa légitimité en tant que produit touristique. Comme en témoigne le contenu des extraits précédemment cités, le capteur de rêves est avant tout un « objet autochtone ».

Du reste, pour les travailleurs touristiques interrogés, en tant qu'objet autochtone, les capteurs de rêves devraient être faits *par* des Autochtones. Et réside là un autre critère d'authenticité qui fut lui aussi récurrent et qui se superpose à ceux relatifs aux matériaux utilisés pour sa fabrication. Pour quelques-uns, c'est même une autre condition de son efficacité. Or, ce critère d'authenticité correspond à la demande. Plusieurs touristes interrogés nous ont en effet raconté avoir attendu d'être à Wendake pour en acheter un. Et le vocabulaire utilisé pour justifier ce choix éclaire leur représentation de l'authenticité. Voici un extrait d'entrevue avec une jeune touriste française qui illustre parfaitement celle-ci :

¹ Entrevue 1, décembre 2008.

Oui bah de toute façon j'avais prévu d'aller voir pour en acheter pour en emmener un chez nous. Parce que j'en voulais un d'ici, un vrai quoi. (...) Bah parce que chez nous y'en a qui sont vendus mais comme ils viennent pas d'un vrai site indien où ils sont pas fabriqué par des indiens, bah pour moi c'est pas des vrais. (Entrevue 20, décembre 2008)

Pour les touristes, un capteur de rêves est *vrai* quand il a été fait *par* un Amérindien et a une plus-value d'authenticité lorsqu'il a été fait *dans* la communauté amérindienne qu'ils visitent. Les travailleurs touristiques sont conscients que ces critères sont chers aux yeux des touristes et les mettent en avant dans la promotion de leurs capteurs de rêves. Dans les boutiques, les étiquettes qui y sont accrochées précisent souvent « Produit artisanal autochtone (ou amérindien) » et certaines ajoutent « fait à Wendake ». Et c'est également un point que les vendeurs expliquent souvent à leurs clients, leur garantissant ainsi l'authenticité du produit. L'adhésion des touristes à ce critère d'authenticité semble ainsi renforcer son utilisation chez les travailleurs touristiques, mais également sa portée identitaire. Portée qui s'exprime tout particulièrement lorsqu'on évoque la concurrence non-autochtone...

4.3.4.1 Influences de la concurrence non-autochtone

En matière de capteurs de rêves, la concurrence extérieure est importante. Suite à la vague d'intérêt pour cet objet, les grands magasins se sont mis à en produire à la chaîne ou à en importer de l'étranger, notamment de Chine. Et même Dolarama a commencé à en vendre au prix dérisoire de 1\$HT. Or, l'évocation de cette concurrence a suscité diverses réactions. Certaines ont été fortes :

J'aime pas ça du tout. Moi ça brime, ça brime mon intérieur (...) Les gens qui ont commencé à faire ça, ils ont volé le mystique et le sacré des Amérindiens (...) Puis moi ça m'a réellement surpris quand j'ai vu ça. J'avais juste envie de tous les décrocher, puis de dire : « serrez-ça, ça vous appartient pas » (...) c'est un symbole amérindien. Les Autochtones ça me dérange pas qu'ils en vendent dans leur boutique. (Entrevue 4 avec une guide-interprète, décembre 2008)

Bah, c'est parce qu'un capteur de rêves premièrement c'est autochtone. Puis qu'on en vende jusque dans les Dolarama, puis un peu partout comme ça, j'aime moins. C'est...comment je dirais ça...c'est prendre les Autochtones quasiment pour des fous t'sais. (...) Bah j'trouve qu'y'a pas assez d'affaires qui sont faites à Taïwan qu'ils vont prendre le gagne-pain des Autochtones (...) j'aime pas là. Je sais pas comment t'expliquer ça là mais j'aime pas. (Entretien 7 avec une artisane, décembre 2008)

D'autres réactions ont été plus mesurées, voire parfois teintées d'un fatalisme étroitement lié à l'intégration des lois du marché capitaliste ou imprégnées de représentations à l'égard de ce dernier :

On a toujours essayé d'authentifier nos produits, mais on s'est toujours fait damer le pion. Ça c'est sûr. Tu sais, on a pas le choix. C'est pareil comme les Allemands, ils font des bonnes voitures, mais les Japonais les égalisent. Ils ne peuvent pas, on peut pas pleurer sur le lait renversé. (Entrevue 3 avec le gérant de site touristique, décembre 2008)

C'est comme j'ai dit l'offre et la demande...Si ton voisin il voit que tu fais de l'argent avec quelque chose, bah il va essayer de faire pareil. C'est la mentalité des Québécois ça. S'ils voient que tu fais de l'argent, bah ils vont essayer de vendre le même produit que toi là, pour avoir leur part du gâteau eux autres aussi. (Entrevue 6 avec l'ancien gérant de site touristique, décembre 2008)

Fortes ou mesurées, aucune des réactions à l'égard de la concurrence non-autochtone n'a été neutre. Et, dans cette perspective, les clivages en termes d'authenticité, de liens au passé, d'identification et d'usages qui existent en interne vis-à-vis du capteur de rêves, se réduisent au profit d'une revendication collective et commune : le capteur de rêves est un objet autochtone qui devrait être vendu uniquement par des Autochtones.

Par ailleurs, cette idée que la concurrence *vole* la source de revenus des Autochtones fut elle aussi, récurrente et conduisit souvent à évoquer ce que l'un des travailleurs touristiques a appelé « la touristification de l'Autochtone ». Le capteur de rêves - s'il en est un exemple probant - n'est toutefois en effet pas le seul objet amérindien « touristifié » par des non-Autochtones. D'ailleurs, les travailleurs touristiques n'apprécient guère que des Québécois, parfois aussi des Français, « s'accaparent » - pour reprendre le terme significatif qui fut employé par plusieurs répondants - ce marché. Comme il nous l'a été expliqué, la STAQ a beaucoup œuvré ces dernières années pour lutter contre cette concurrence et donner une place de choix aux « vrais » produits et services autochtones sur le marché touristique de la Province. Cette préoccupation habite d'ailleurs les conditions d'admission à la STAQ puisque pour être membre, il faut pouvoir prouver être Autochtone au moins à 51 %¹.

Or, cette concurrence est présentée comme l'une des raisons de la baisse de qualité, en termes d'authenticité, des « vrais » produits touristiques autochtones, l'appât du gain en est une autre qui a été évoquée par quelques-uns :

Moi ce que j'aimerais au niveau du tourisme avec les objets, puis qu'est pas tout à fait perdu, c'est que les gens savaient faire les vrais objets de façon traditionnelle. Puis aujourd'hui pour les besoins d'être plus rapide, puis de faire face à la compétition du marché, on les fait de moins en moins bonne qualité, puis on les

¹ Ce fait n'illustre-t-il pas que les Autochtones ont intériorisé le régime du sang formalisé et institutionnalisé par la *Loi sur les Indiens* ? En 1985, suite à un mouvement de revendication mené par des femmes autochtones, la loi C-31 a aboli les dispositions sur l'émancipation (qui établissaient qu'en épousant un(e) blanc(che) un(e) amérindien(ne) perdait son statut d'Indien) et instauré la catégorie d'Indien métis au registre des Indiens. Dans le langage courant, les numéros des articles de cette loi qui établissent le degré d'ascendance autochtone sont utilisés pour se définir *ou* définir l'autre. Exemple : « je suis un 6.1 » (prononcé six-un), autrement dit mes deux parents sont Indiens inscrits (ou ont le droit de l'être) et conformément à la loi j'ai le statut d'Indien et je peux le transmettre à mes enfants. « 6.2 » ou « C-31 » renvoient aux Métis, qui eux dans le cas d'une union avec un(e) non-autochtone ne peuvent pas transmettre leur statut d'Indien métis. Notons que nous avons aussi constaté que l'expression « C-31 » constitue une insulte usitée dans les cours de récréation....

fait de même pour faire de l'argent. (Entrevue 1, décembre 2008)

L'usage de matériaux synthétiques pour la fabrication de capteurs de rêves est souvent imputé à la concurrence. Augmentant le rendement et diminuant les coûts de production, ces derniers ont permis d'élargir l'offre, la tarification, et ainsi de faire face à cette concurrence. Bien qu'ils le déplorent, les travailleurs touristiques les plus traditionalistes en termes de critères d'authenticité reconnaissent tout de même l'utilité de l'émergence de ces matériaux dans l'artisanat de Wendake. Nombreux sont ceux qui soulignent aussi que la demande est polymorphe. Certains touristes favorisent le critère budgétaire, tandis que d'autres préfèrent la qualité. Là encore, ce consensus autour d'une adaptation nécessaire aux règles du marché touristique témoigne d'une adoption de ces dernières.

Mais cette concurrence interfère également à un autre niveau, plus subtil, dans le développement touristique de Wendake. Alors que nous évoquions la modernisation des outils de promotion touristique et de gestion chez les Autochtones, un travailleur¹ touristique nous a dit ceci :

C'est parce que moi je le fais, je vais te dire, moi je me dis d'abord et avant tout, si on le fait pas, c'est les Blancs qui vont le faire. Puis c'est sûr qu'ils vont le faire. C'est sûr, ça se fait déjà. Puis moi je pense qu'il y a quand même un souci, comme je t'ai dit y'a 50 à 70 % de chômage dans les communautés annuellement. Puis qu'on sait que le tourisme c'est l'une des façons peut être d'améliorer le sort des Amérindiens, puis que y'a peut être..je sais pas, une panoplie de gens qui font de l'artificiel, comme moi j'appelle du 'made in Taïwan'. C'est sûr et certain que c'est..nous on essaie quand même de protéger les communautés, de protéger le produit aussi. Bah de protéger. J'appelle tout le temps ça en tant que produit mais de protéger notre culture puis que ça soit pas les gens qui s'en accaparent.

¹ Entrevue 1, décembre 2008.

Si ce témoignage a été le seul à être aussi explicitement clair à ce sujet, il demeure que dans les autres entrevues, la concurrence non-autochtone était le plus souvent perçue comme une menace exerçant une pression sur le développement touristique. Quand elle est abordée, elle laisse sur son passage une sensation d'urgence et la nécessité de trouver des moyens pour défendre et authentifier les produits et services autochtones. L'idée de créer un sceau de certification fut d'ailleurs émise par quelques-uns. Dénoncer et réduire cette concurrence extérieure apparaît ainsi comme une *lutte* contre le *vol*, non seulement d'éléments culturels amérindiens, mais également celui d'une source de revenus qui devraient aux yeux des Autochtones leur revenir de droit. Et bien qu'aucun travailleur touristique ne l'ait exprimé, il est toutefois fort probable qu'à l'origine, lors de l'émergence de la mode du capteur de rêves, cette concurrence « blanche » a elle aussi favorisé le développement commercial et touristique rapide de cet objet « autochtone ». Aujourd'hui, en tout cas, son existence catalyse une revendication identitaire collective autour de cet objet et fédère ainsi un secteur dont les perceptions sont, à son égard, hétérogènes en interne.

Au sein du secteur touristique de Wendake, il existe donc des divergences autour du produit d'artisanat qu'est le capteur de rêves. Entre ceux qui l'ont intégré à leurs pratiques et leurs croyances et ceux qui ne le considèrent pas comme un objet provenant de leur culture, la palette des possibles en termes d'identification à cet objet est vaste. Et cette hétérogénéité s'exprime à travers sa mise en tourisme, mais également l'objet lui-même qui a été réapproprié, revisité et investi par des artisans amérindiens qui « y

soulignent [leurs] perceptions et [leurs] interprétations », non plus spécifiquement de « la mythologie et des traditions de la culture huronne », mais de la pensée amérindienne (Trudel, 1996, p.145). Un univers de sens dans lequel le rêve, le cercle, le cuir, les plumes, le bois, la pierre, le tissage ou encore le règne animal sont autant de marqueurs culturels réappropriés de façon ni générale ni homogène. Et bien que tous attribuent des critères d'authenticité à cet objet, ces derniers suscitent aussi des clivages. Tandis que certains sont « traditionalistes », d'autres sont moins hermétiques aux nouveaux types de capteurs de rêves émergeant de la rencontre du traditionnel et du moderne. Une rencontre qui peut être le fruit de la créativité de l'artisan, de la pression occasionnée par la concurrence ou bien des deux à la fois, et parfois également de l'appât du gain. Mais quels que soient ces critères, ils prennent tous racine dans une dynamique de retour à la culture et d'affirmation identitaire qui s'exprime, entre autres, dans une dénonciation collective de l'utilisation de la popularité du capteur de rêves à des fins économiques par des non-Autochtones. En cela, cette concurrence extérieure agit en interne comme un facteur à la fois de scissions et de rassemblements. L'exemple du capteur de rêves illustre ainsi que la notion d'authenticité est effectivement une construction sociale qui, dans un contexte comme celui-ci de (re)construction culturelle hétérogène, est difficile à circonscrire. « C'est quand même très ardu, tu sais, c'est quoi qu'est authentique, c'est quoi qui l'est pas ? » nous a d'ailleurs dit un travailleur touristique¹. En outre, les touristes et la concurrence extérieure participent à la définition des critères d'authenticité. Les facteurs et les acteurs qui influent sur cette

¹ Entrevue 1, décembre 2008.

construction polymorphe de l'idée d'authenticité sont donc à la fois externes et internes.

Ainsi, quand la mode du capteur de rêves a émergé, le secteur touristique de Wendake a spontanément décidé de répondre à la demande et, ce, à des fins économiques. Mais ce produit d'artisanat a été investi et réapproprié par les travailleurs autochtones de ce secteur. Il s'est inscrit dans la dynamique de (re)construction culturelle qui imprègne ce dernier et porte en lui l'hétérogénéité qui habite cette mouvance. Mais le capteur de rêves n'est pas seulement vendu à Wendake, il est aussi interprété et sa confection parfois montrée ou enseignée aux touristes. Or, ces échanges interculturels revêtent des enjeux pour les Autochtones.

4.4 Les travailleurs touristiques : enjeux de la touristification du capteur de rêves

En effet, pour les travailleurs touristiques, le capteur de rêves fait figure de « médium » ou d'« accessoire » dans la rencontre avec les touristes et, à plusieurs niveaux, cette rencontre revêt pour eux des enjeux. Questionner ces enjeux avec les travailleurs touristiques en entrevue a permis d'identifier les retombées espérées et parfois celles obtenues, mais également de voir émerger la dialectique affirmation identitaire / intégration à la modernité au sein de ces derniers. Bien que cela s'avère quelque peu restrictif étant donné leurs interdépendances, ces enjeux peuvent être classifiés en trois catégories : ceux qui relèvent d'une dynamique de *revalorisation culturelle interne*, ceux qui relèvent d'une dynamique de *revalorisation culturelle*

externe et enfin, l'enjeu économique. Toutefois, là non plus, les travailleurs touristiques interrogés ne sont pas tous d'accord. Leurs perceptions sont souvent mitigées et parfois divergentes. Elles dépendent essentiellement, là encore, de la façon dont ils se sont réappropriés le capteur de rêves. Ceux qui sont très attachés à cet objet, et/ou de manière générale à leur culture, ont eu tendance à parler des enjeux socioculturels, tandis que d'autres ont davantage centré leur discours sur l'enjeu économique. Néanmoins, aucun d'eux n'est défavorable à l'existence de ce produit.

4.4.1 Enjeux de revalorisation culturelle interne

Sur le plan personnel tout d'abord, les échanges interpersonnels occasionnés par la rencontre touristique suscitent chez certains un sentiment de fierté lié à l'attention et à la curiosité des touristes pour leurs connaissances relatives à leur culture, leur Histoire et leur traditions. A titre d'exemple, l'artisane huronne qui avant possédait une boutique, a ainsi exprimé la satisfaction occasionnée par ces rencontres :

(...) j'adorais ça quand des touristes arrivaient. Ils me posaient toutes sortes de questions. Puis ils étaient attentifs à ce que je leur disais, puis ils aimaient ça, ils écoutaient. Puis moi j'aimais ça, j'adorais ça. (Entrevue 8, décembre 2008)

Sur le plan collectif, il ressort également un sentiment de fierté liée à la fonction du capteur de rêves. Plusieurs travailleurs touristiques ont en effet évoqué l'utilité du capteur de rêves d'un point de vue spirituel ou thérapeutique. De nombreuses anecdotes de personnes ayant trouvé, grâce au capteur de rêves, un moyen d'apaiser leurs nuits ou

celles de leurs enfants nous ont été racontées. Une guide-interprète¹ nous a dit, par exemple : « C'est quelque chose de réel, c'est quelque chose qui peut aider les gens, faut le faire connaître ! ». Pour le gérant de site touristique, cet objet a également « une valeur d'enseignement »². Rappelons-le, le capteur de rêves est pour ce Huron une croyance basée sur la guérison qui représente un élément essentiel des cultures amérindiennes. « Pour nous, tout est guérison » nous a-t-il dit. Le capteur de rêves semble ainsi perçu comme une croyance qui peut aider ceux qui y adhèrent et il ressort de ces discours une certaine fierté qu'un objet amérindien puisse ainsi apporter un mieux-être à des non-Autochtones.

Par ailleurs, il apparaît que la commercialisation des objets d'artisanat et la mise en tourisme des traditions qui les entourent sont perçues comme un moyen d'assurer leur survie. Pour plusieurs travailleurs touristiques, le tourisme joue ainsi un rôle de « gardien de la culture »³. « Garder la culture vivante », « garder le patrimoine », sont des expressions lourdes de sens qui sont en effet revenues souvent dans cette enquête. Les pertes culturelles ont été également beaucoup évoquées et très souvent reliées à la modernisation et à l'occidentalisation de leur mode de vie. La jeune génération, qui, comme nous le savons, préoccupe les Autochtones, a également été abordée à plusieurs reprises. Le fait que les jeunes passent davantage de temps devant la télévision, sur Internet ou encore à jouer à la XBOX, qu'à la chasse avec leurs parents inquiète tout particulièrement. Or, le choix du développement touristique semble étroitement lié à

1 Entrevue 4, décembre 2008.

2 Entrevue 2, décembre 2008.

3 Entrevue 1, décembre 2008.

cette inquiétude :

(...) nos guides, nos elders, nos aînés qu'on appelle, nous ont dit de partager nos traditions pour deux buts. Premièrement dans un esprit de fraternité, de partage et aussi pour qu'on s'en souvienne nous autres mêmes. Puis aussi pour que nos jeunes voyant l'intérêt des non-Amérindiens pour nos valeurs, notre culture, notre histoire, nos croyances bah ça est un effet d'attraction aussi, à cause de vous. A cause de vous, nos jeunes vont vous imiter donc ils vont revenir à nos valeurs. Donc c'est pas, c'est assez intelligent comme raisonnement. C'est nous, on s'est fait, on s'est fait guider comme ça par nos anciens. (Entrevue 2, décembre 2008)

Cette intention à l'égard de la rencontre touristique et ce rôle des aînés nous ont souvent été rapportés. L'engouement et la fascination des Européens pour la culture amérindienne sont envisagés comme un moyen de « développer une fierté »¹ chez les jeunes autochtones. Une fierté d'eux-mêmes et de leur héritage culturel dont ils seront eux aussi un jour les dépositaires. Le tourisme semble ainsi s'inscrire dans un projet d'avenir transgénérationnel et collectif chez les Autochtones, porté par une volonté de retour à la culture, de revalorisation, de préservation et de transmission de cette dernière et dans lequel un rôle stratégique a été attribué aux touristes.

Toutefois, concernant spécifiquement la contribution du produit capteur de rêves à une revalorisation culturelle interne, des divergences d'opinion ressortent. Pour le travailleur touristique² qui considère que cet objet ne provient pas de sa culture, ce dernier représente un produit qui répond aux besoins du tourisme et à la demande, mais pas nécessairement à ses enjeux socioculturels. Selon lui, ce déséquilibre a tendance à se creuser du fait que de plus en plus de capteurs de rêves ne respectant pas la

1 Entrevue 2, décembre 2008.

2 Entrevue 1, décembre 2008.

fabrication traditionnelle apparaissent sur les tablettes des boutiques de Wendake. Le risque est pour lui que ce savoir-faire traditionnel se perde alors même que sa préservation peut permettre une revalorisation culturelle interne et un retour des jeunes à la culture. Cette opinion, d'autres l'ont exprimée et cette idée de perte de valeur a été également abordée par le propriétaire¹ du site touristique qui, en raison de sa surabondance, estime que le capteur de rêves a perdu de sa « magie ».

4.4.2 Enjeux de revalorisation culturelle externe

La rencontre interculturelle qui s'articule autour du capteur de rêves, comme d'autres objets amérindiens, revêt également des enjeux de revalorisation culturelle externe qui, en l'occurrence, sont étroitement liés aux préjugés des Québécois d'une part et à ceux des touristes étrangers d'autre part.

En effet, comme nous l'a dit une employée du secteur, ces rencontres permettent de « remettre les pendules à l'heure »². Expression qui illustre bien les frustrations que peuvent susciter ces préjugés, en particulier au regard de la réalité vécue. Comme nous le savons, au Québec, les Autochtones sont souvent perçus comme des « privilégiés » et la réalité s'avère bien différente. La rencontre touristique peut ainsi permettre de déconstruire ces préjugés, voire peut-être de réduire le tabou qui, nous semble-t-il, entoure la problématique autochtone en Amérique. D'autant qu'en côtoyant par ce biais

¹ Entrevue 2, décembre 2008.

² Entrevue 3, décembre 2008.

des Québécois, les Autochtones travaillant dans le tourisme en viennent souvent à connaître les origines de ces préjugés. En entretien, l'influence de l'éducation scolaire par le passé et à présent celle de la télévision sur la construction des représentations que les Québécois ont des Autochtones sont souvent revenues :

C'est une vraiment bonne chose parce que les gens nous disent : « on a appris, puis on voyait pas les Amérindiens comme ça. On est content d'être venu vivre une journée, deux jours, trois jours avec vous, puis de vivre vraiment avec vous. On a vu autre chose de ce qu'on a appris à l'école dans le temps ». (Entrevue 6, décembre 2008)

Comme en témoigne cet extrait et comme l'a rapporté Hébert (2008), la rencontre touristique peut permettre un réel échange entre ces deux groupes et favoriser une connaissance et une compréhension mutuelles. En outre, parfois, c'est également une occasion pour ces derniers de découvrir qu'ils ont vécu des expériences similaires. En effet, les incidences du pouvoir que l'Église a eu au Québec émergent parfois dans les discussions entre Québécois et Autochtones, devenant en quelque sorte à leurs yeux un vécu commun. Et n'est-ce pas là d'une formidable ironie ? Alors que la religion catholique a, par le passé, opposé et éloigné ces peuples, le sentiment d'oppression qu'elle a laissé favorise à présent leur rapprochement. Toutefois pour que ce dernier soit possible, il faut que la rencontre ait lieu. Or, il est peu probable que les Québécois ayant les sentiments les plus défavorables à l'égard des Autochtones se rendent à Wendake ou dans d'autres communautés. Comme le dit cette même guide-interprète¹ : « Quand ils viennent te voir, c'est parce qu'ils veulent te connaître. Si les personnes ne veulent rien savoir, ils viendront pas te voir. Impossible. Ils seront pas portés à venir ».

¹ Entrevue 4, décembre 2008.

Mais ces préjugés propres aux Québécois ne sont pas les seuls auxquels les Amérindiens sont confrontés. Les touristes étrangers arrivent, eux aussi, souvent chargés de représentations erronées et stéréotypées à leur égard. Ces derniers sont, comme l'attestent nos observations et les propos des travailleurs touristiques, encore aujourd'hui, essentiellement européens. Or, un fait significatif qui émane des discours des travailleurs touristiques, mais en soi aussi des autres Autochtones, est la distinction entre touristes étrangers et touristes québécois. Bien qu'ils soient parfois réunis dans le vocable « touristes », « visiteurs », « blancs » ou encore « occidentaux », les premiers sont toutefois plus souvent appelés « les Européens », tandis que les seconds restent « les Québécois ». Cette différenciation s'explique bien sûr par le fait que ces derniers sont leurs « voisins » comme ils disent et qu'ils entretiennent avec eux des rapports complexes et bien spécifiques liés à l'histoire comme nous le savons. Mais cette distinction est également liée à l'opposition qui habite les représentations que ces deux entités ont à leur égard. Tandis qu'il leur faut lutter contre les « préjugés défavorables »¹ des uns, les représentations des autres doivent être « démystifiées »². Cette expression a été employée par plusieurs travailleurs touristiques et illustre bien, en effet, la nature des représentations que les Européens peuvent avoir des Amérindiens. Attirés par une image idéalisée, empreinte d'exotisme, que *leur* télévision, *leur* littérature et également les films américains ont contribué à construire et à entretenir, les touristes européens arrivent avec une représentation positive des Amérindiens, mais néanmoins souvent

1 Entrevue 1, décembre 2008.

2 Entrevue 1, entrevue 3, entrevue 10, décembre 2008.

stéréotypée, unique et surtout anachronique :

C'est nous ouvrir une fenêtre pour être capable d'informer les gens directement selon nos connaissances, les vraies connaissances qu'on possède. On peut leur faire voir que c'est pas tous les Indiens qui se promènent à cheval avec des panaches de plumes sur la tête ou qui consomment des trucs qu'eux autres ils vont voir à la télévision par exemple. (Entrevue 3, décembre 2008)

Cet extrait illustre bien le type d'images d'Épinal qui habitent l'imaginaire des touristes européens. Ces représentations et de manière générale la fascination que l'Amérindien exerce sur les Européens font souvent l'objet de « boutades » aussi bien chez les Autochtones que chez les Québécois. En particulier vis-à-vis des Français car, comme l'explique Maligne (2006, p. 201) - un anthropologue ayant réalisé une enquête en France et au Québec sur les « indianophiles » - confirmé par notre propre vécu, « l'image d'un Français pétri d'idéalisation rousseauiste, totalement ignorant de la réalité contemporaine des communautés amérindiennes (et du Québec) et avide d'exotisme, fait effectivement partie des stéréotypes associés à la France ». A titre illustratif, voici l'une de ces boutades qui circulent dans l'univers amérindien au Québec et qui nous a maintes fois été racontée à Wendake et ailleurs. Il s'agit d'une petite histoire qui raconte la rencontre entre des touristes européens et des enfants atikamekw :

« Vous êtes des Indiens? » demandent les premiers. « Oui », répondent les enfants. « Mais vous n'avez pas de plumes ! » s'exclament les touristes. « Nous sommes des Indiens, rétorquent les enfants, pas des oiseaux ! ». (Dudemaine, 1998, p. 17)

Nous avons, à plusieurs reprises, été témoins de réflexions du même type de la part de touristes européens. Un fait symptomatique à ce sujet est la fréquence avec laquelle ces derniers associent les mots « vrai » et « indien ». A la vue d'un Amérindien vêtu de son habit de cuir et coiffé de plumes lors d'une célébration à Wendake, nous

avons entendu une Française dire à son enfant : « Tiens, regarde un *vrai Indien* ! », ou bien encore, un autre Français dire à l'issue de sa visite du site OnhoüA Chetek8e : « les *vrais Indiens* n'existent plus ». Ce registre de langage est également revenu en entrevue. A l'issue d'une promenade dans Wendake et d'une visite de quelques boutiques, une touriste¹ française nous a ainsi dit : « Si on veut vraiment voir la culture indienne ça doit être très difficile, si on veut vraiment vivre, enfin voir des *vrais indiens*, entre guillemets hein, ça doit être très dur ». En somme, toujours associé à l'image de son passé révolu, l'Indien ne saurait encore être Indien s'il ne porte plus ce qui apparaît à leurs yeux comme les symboles de son indianité : ses plumes, son tomahawk ou encore son cuir. Ne correspondant pas à la norme de ce qu'est, ou devrait être, pour eux un *Indien*, il n'en est pas un.

Ce type de maladresses semble toutefois se réduire puisque, d'après certains travailleurs touristiques, les Européens commencent, et justement grâce au tourisme, à mieux connaître leur réalité actuelle. Néanmoins, leur intérêt prononcé pour le « folklore amérindien » - le succès du capteur de rêves en est une bonne illustration d'ailleurs - reste en soi suffisamment parlant au regard de ce qu'ils considèrent comme étant « indien ». Par ailleurs, il n'y a pas qu'à travers la rencontre touristique que les Amérindiens sont confrontés à cette représentation anachronique et stéréotypée d'eux-mêmes. Les médias l'entretiennent également lorsqu'ils évoquent leurs cultures davantage dans leur décor passé que dans leur réalité actuelle. Or, comme l'affirme Iankova (2006, p. 77), il apparaît qu'« une des choses les plus importantes pour les

¹ Entrevue 20, décembre 2008.

Autochtones, c'est de se créer une image de peuples modernes et dynamiques ».

En effet, ils veulent montrer qu'ils ont « évolué ». Cette notion d'« évolution » revient très souvent dans les échanges avec les touristes étrangers, mais également lors des visites de musées et de sites. Il est difficile de cerner ce que revêt symboliquement l'usage fréquent de ce terme « évolution ». Il tend à penser que du fait des contacts avec la société occidentale, les Autochtones ont intériorisé les représentations de la pensée évolutionniste. Pensée qui aujourd'hui n'imprègne plus, fort heureusement d'ailleurs, les sciences sociales mais qui demeure encore vivace dans le sens commun. Or, un fait significatif qui ressort des discours des Amérindiens est qu'ils rattachent ce désir des touristes de les trouver à leur état passé – ou devrions-nous dire « sauvage » – à une représentation qui sous-tend l'idée que le progrès et la modernité seraient un phénomène cloisonné à l'Occident. Cette perception ressort des discours construits en réaction.

Plusieurs types de réactions chez les travailleurs touristiques, mais également chez d'autres Autochtones, ont été identifiées. L'une consiste à évoquer la modernité comme un phénomène mondial et non uniquement occidental et une autre, à renvoyer les touristes à leur propre passé. Voici un extrait d'entrevue avec un habitant huron de Wendake qui illustre parfaitement ces deux types, cette perception sous-jacente, et éclaire les enjeux identitaires qui s'y trament :

On a évolué. Tout le monde a évolué. Faut allumer là! Penses à on est en 2008 là, on arrive en 2009 là, les Amérindiens. Premièrement les automobiles c'est les Japonais qui fabriquent les meilleures. On en fabrique ici, mais les moteurs ils sont tous faits en Asie. On les assemble au Canada les automobiles à c't'heure. Fait que quand un européen vient me dire : « où sont tes plumes ? ». Moi je dis : « où est ta barbe ? Où est ton armure ? » C'est pareil, c'est idem. C'est juste qu'ils s'en rendent pas compte. Ils se prennent pour le centre du monde aussi. Souvent ils se prennent pour le centre de l'Humanité. On a beaucoup parlé de l'hégémonie

européenne, ce chauvinisme là qui est, qui est un peu, qui est rigolo. On en rit. Mais on a encore des plumes. Sauf que les plumes servent pour nos cérémonies. (Entrevue 10, décembre 2008)

Cette analogie entre « l'Indien à plumes » et « l'Européen moyenâgeux » est souvent utilisée en réaction aux maladresses de certains touristes. Nous avons constaté d'ailleurs que les Autochtones devancent souvent les réactions de ces derniers et les désamorcent par une boutade, par exemple : « Tu t'attendais à voir des tepees ?! ». Cette stratégie, devenue courante, illustre combien cette représentation anachronique et stéréotypée d'eux-mêmes a été profondément intégrée et combien elle interfère dans leur (re)construction culturelle.

La dernière réaction identifiée éclaire encore davantage les enjeux que revêtent ces jeux de regards entre le « Soi Amérindien » et « l'Autre Occidental » qui habitent la rencontre touristique. En effet, une thématique qui revient souvent au cours de celle-ci, mais également en dehors, est la participation des Amérindiens à l'histoire, en matière de droit de la personne, démocratie, spiritualité et bien d'autres. Là encore, ces contributions amérindiennes historiques sont racontées avec une fierté affichée. Comme l'atteste l'extrait d'entrevue suivant, le capteur de rêves est perçu par certains travailleurs touristiques comme une contribution amérindienne aux maux de l'Occident :

Les attentes de gens ? C'est qu'ils veulent...bah c'est humain, c'est vraiment, tous les humains sont comme ça, on veut tous...Nos rêves nous fascinent premièrement. Deuxièmement les rêves n'ont jamais été si bien, si bien encadrés ou si bien soignés que dans la tradition amérindienne. Donc ...je pense que c'est un manque ça. On a voulu dans les grandes religions ou dans les grandes civilisations, on a fait abstraction des rêves des individus. C'est pour ça aussi qu'il y a beaucoup de problèmes, beaucoup de désordres psychiques chez beaucoup de personnes qui se cherchent. Manque d'identité, manque de..parce qu'un rêve pas réalisé peut conduire à une maladie, que ce soit physique ou mental ou même à un accident. Donc les gens sentent ça, par instinct. Et puis les

gens veulent s'approcher de nous pour justement palier à ces lacunes là qu'il y a dans les religions ou dans les civilisations. (Entrevue 2, décembre 2008)

Les Autochtones semblent ainsi voir dans le goût des touristes pour leur folklore, non seulement une négation de leur capacité d'adaptation, mais également de la légitimité de leur place dans la dynamique globale qu'est la modernité. Tout se passe comme si les représentations que véhiculent les touristes étrangers et les médias nourrissent, non seulement leur volonté d'intégrer la modernité, mais également celle de revendiquer cette intégration. Et pourquoi un tel désir si ce n'est pour lutter contre une représentation anachronique d'eux-mêmes, qui non seulement laisse à penser que leurs cultures, et par extension leurs dépositaires, ont *disparu* mais également que, de ce fait, ils n'ont pas de place ni de rôle à jouer dans l'échiquier mondial ? Comme nous l'a dit un jour un Amérindien : « Nous aussi, on fait partie du nouveau millénaire ! ». La rencontre touristique apparaît alors comme un moyen non seulement de revendiquer leur survivance, mais également leur participation aux dynamiques mondiales actuelles. Revendications où s'expriment, de notre point de vue, une quête de reconnaissance de leurs contributions à la construction du monde actuel, mais également une quête de pouvoir où se trame une logique de décolonisation symbolique. Ces échanges sont d'ailleurs souvent l'occasion pour les travailleurs touristiques d'évoquer leurs revendications territoriales et politiques, ou bien encore de rappeler qu'ils sont les Premières Nations d'Amérique. Comme nous l'a dit une guide-interprète¹ en évoquant les préjugés des Québécois : « Qui qu'étaient là avant ? C'étaient les Amérindiens

¹ Entrevue 4, décembre 2008.

qu'étaient ici, qui possédaient les terres ». La rencontre touristique devient ainsi un espace-temps propice à l'affirmation identitaire des Autochtones et à l'expression de cette fierté retrouvée. En outre, comme le disait déjà Delisle en 1998, les touristes européens - les Français en particulier - sont très sensibles à ces revendications qu'ils ont souvent tendance à soutenir par des gestes ou des paroles d'approbation et d'encouragement, et ces réactions confortent parfois les Autochtones dans leurs combats politiques.

Toutefois, là encore la nuance est de rigueur car certaines attitudes de touristes peuvent aussi être mal vues des Amérindiens. Qu'ils soient Québécois ou Européens, touristes ou non, les « Blancs » qui sont enclins à s'appropriier la pensée et la spiritualité amérindiennes ou encore à défendre la « cause » autochtone ne sont pas toujours appréciés des Amérindiens. Appelés des « wanabe » ou des « indian lover », deux expressions péjoratives dans l'univers amérindien, ils font parfois l'objet de moqueries, voire d'un certain mépris. En somme, la rencontre touristique est un moyen de perpétuer cette vieille tradition amérindienne du partage et de l'accueil, mais les frontières symboliques entre Blancs et Amérindiens demeurent et ne doivent pas être franchies.

La rencontre touristique, qui souvent s'articule autour d'objets traditionnels tels que, entre autres, le capteur de rêves, constitue donc une occasion pour les travailleurs touristiques amérindiens de se différencier de la société dominante et d'exprimer leur fierté identitaire. Les enjeux de revalorisation culturelle interne et externe qui habitent cette rencontre sont ainsi en réalité entremêlés les uns aux autres. Toutefois, cette rencontre interculturelle est savamment calculée, ni trop près, ni trop loin, et l'altérité

demeure biaisée par un jeu de regards ethnocentriques du Soi-Amérindien sur l'Autre-Blanc dans lequel se trament des enjeux identitaires.

4.4.3 L'enjeu économique

L'enjeu de la touristification du capteur de rêves qui a été le plus évoqué demeure tout de même celui économique. « Faire de l'argent », « gagner sa vie »¹, « gagne-pain »², « faire tourner l'économie »³, sont autant d'expressions qui sont revenues souvent et qui témoignent une fois de plus de l'intégration de la nécessité d'avoir un emploi rémunéré à Wendake. Les employés d'entreprises touristiques interrogés ont d'ailleurs exprimé leurs préoccupations à l'égard de leurs conditions salariales, de la répartition de leur temps de travail et de la qualité de leurs rapports avec leur direction. Ces thématiques illustrent que les Autochtones ont adopté les modalités modernes d'organisation du travail. En termes de perspective d'avenir, les discours relatifs à la dimension socioéconomique du développement touristique révèlent ainsi à la fois une dynamique d'intégration à la modernité et un désir de persévérer dans cette voie.

Bien que les retombées économiques soient apparues comme l'apport principal du développement touristique du capteur de rêves, plusieurs travailleurs touristiques ont

1 Entrevue 2, entrevue 9, décembre 2008.

2 Entrevue 7, décembre 2008.

3 Entrevue 4, décembre 2008.

sur cet aspect émis des réserves ou des inquiétudes. Une baisse des ventes, liée à la concurrence extérieure et à une baisse de sa popularité, a été évoquée par quelques-uns. La mode du capteur de rêves serait-elle en train de se tarir ? Est-il victime de son succès, de sa surabondance ? Tandis que certains émettent des pronostics d'essoufflement des ventes, d'autres considèrent que ces dernières sont encore très florissantes. D'autre part, quelques travailleurs touristiques autochtones ont fait valoir que certaines entreprises touristiques sont axées sur la rentabilité, parfois au détriment de la qualité des produits proposés et de l'information donnée. Commercialiser la culture à des fins purement économiques est mal vu par certains. D'une part, pour une question de moralité et, d'autre part, parce que cela occasionne dans certains cas une baisse de qualité de l'offre et une mauvaise répartition des retombées économiques. Selon le participant¹ qui travaille à la commercialisation de produits touristiques autochtones, faire du « beau, bon, pas cher » en matière de capteurs de rêves conduit à « briser » la valeur de ceux faits de façon plus traditionnelle et, de fait, diminue les revenus des artisans qui font encore l'effort de les fabriquer de façon traditionnelle. Plusieurs travailleurs ont ainsi exprimé l'idée que le secteur est divisé en deux :

Ça dépend des gens. (...) Ça peut être une machine à faire de l'argent comme ça peut être vraiment pour, comme objectif, de faire la promotion, bah d'expliquer, de faire l'interprétation d'objets, bah d'expliquer la culture en général. Faire connaître l'Histoire aux gens. (Entrevue 8, décembre 2008)

On pourrait penser que ces deux côtés correspondent au secteur privé et à celui public du tourisme à Wendake. Bien qu'il apparaisse clairement que le secteur privé soit

¹ Entrevue 1, décembre 2008.

plus enclin que le public à proposer des objets d'artisanat moins authentiques par exemple, réduire ainsi cette distinction serait arbitraire. Elle semble être en réalité plutôt de l'ordre de l'intention. Certains travailleurs du secteur, public comme privé, s'impliquent beaucoup dans leur travail, tandis que pour d'autres, le tourisme est une activité professionnelle comme une autre et ils ne se préoccupent pas, ou ne sont pas nécessairement pleinement conscients, des enjeux socioculturels que cela peut représenter. Ceux qui considèrent le tourisme comme un moyen de préserver et valoriser leur patrimoine culturel sont alors souvent critiques à l'égard de ces derniers, toutefois rarement autant qu'envers les non-Autochtones qui développent et commercialisent des produits autochtones...

En somme, l'enjeu économique du produit « capteur de rêves » est à la fois central et problématique à Wendake. Au sein du secteur, il semble y avoir consensus autour de son importance, mais ses modalités d'implication dans l'élaboration de l'offre suscitent des divergences d'opinions et de la controverse. Le débat porte essentiellement sur le maintien d'un équilibre entre cet enjeu qui incite à la facilité et la rentabilité au détriment de la qualité, et les enjeux de revalorisation qui supposent de préserver l'authenticité du produit et ce, parfois, au détriment de la rentabilité. Équilibre d'autant plus difficile à trouver dans une communauté urbaine au mode de vie occidental où, d'une part, le commerce constitue une tradition ancestrale qui est de fait fortement développée, mais aussi calquée sur le modèle capitaliste et sujette aux pressions du marché et à la concurrence interne et externe et où, d'autre part, le rapport à la Culture et

l'identification culturelle à cet objet sont hétérogènes au sein du secteur touristique.

Finalement, pour ceux qui ne s'identifient pas culturellement à cet objet, le produit « capteur de rêves » appartient à ce « fast-food » du tourisme de Wendake, autrement dit au côté commercial du secteur. En revanche, ceux qui le considèrent comme faisant partie de leur héritage culturel, qui croient en son pouvoir et l'utilisent, estiment que ce produit peut encore être un médium dans la rencontre entre eux et les touristes. Une rencontre qui favorise pour eux une revalorisation de leur culture à la fois en interne et en externe, sur le plan personnel et collectif. Le secteur touristique de Wendake est donc divisé en interne au regard de l'utilité sociale et culturelle de sa mise en tourisme, mais demeure soudé au sujet de son utilité économique et de la concurrence extérieure qu'ils dénoncent unanimement.

Bien que les travailleurs touristiques soient détenteurs d'une expertise irremplaçable, ils ne sont pas les seuls acteurs, ni les seuls bénéficiaires des retombées de la touristification du capteur de rêves à Wendake. Rappelons-le, le tourisme est un système tripartite. Alors qu'en est-il de la population locale ? Les habitants de Wendake se sont-ils réappropriés le capteur de rêves ? Quelles perceptions ont-ils de sa touristification ? Celle-ci contribue-t-elle à une revalorisation culturelle interne en dehors du secteur touristique ?

4.5 La population locale : perceptions et opinions

Intégrer la population locale de Wendake à la recherche visait d'une part, rappelons-le, à mettre en lumière comment celle-ci perçoit le capteur de rêves et sa touristification et, d'autre part, à identifier les retombées du phénomène à l'étude. Or, les opinions et les perceptions recueillies sont là encore étroitement liées aux modalités de réappropriation du capteur de rêves. Nous commencerons donc par décrire celles-ci.

4.5.1 Les habitants de Wendake : réappropriation symbolique du capteur de rêves

Il est ressorti de cette enquête que la pluralité de modalités de réappropriation de cet objet au sein du secteur touristique est finalement à l'image de celle au sein du groupe lui-même. Comme chez les travailleurs touristiques, ce phénomène n'est pas homogène chez les habitants de Wendake.

Tout d'abord, en ce qui concerne l'utilisation du capteur de rêves, la même pluralité se retrouve chez ces derniers. En outre, cette multifonctionnalité du capteur de rêves a été mentionnée par quelques-uns qui nous ont expliqué que tous, à Wendake, ne s'en servent pas de la même manière.

En ce qui concerne la croyance en son pouvoir, la palette des possibles est également vaste. Pour l'un des Hurons interrogés, par exemple, le capteur de rêves est un objet auquel il croit et qu'il utilise pour faire de beaux rêves et chasser les mauvais esprits. Il ressort de son discours que le capteur de rêves est étroitement lié à son

cheminement culturel personnel :

Non j'en ai pas toujours eu. J'ai été comme beaucoup des membres des Premières Nations éloigné de ma culture. Dans ma jeunesse, j'ai vécu à l'extérieur de la communauté, à peu près à deux km d'ici seulement. Mais j'étais pas au bon endroit. C'est pour ça je me suis installé ici y'a pratiquement 20 ans aujourd'hui. Et là depuis que je suis installé à Wendake j'ai mes capteurs de rêves. J'en donne en cadeau. C'est quelque chose que moi je considère que le capteur de rêves c'est spirituel, ça peut être sacré. (Entrevue 10, décembre 2008)

Accordant une grande importance à la tradition du troc, c'est sur ce principe qu'il s'est procuré ses capteurs de rêves auprès d'autres Autochtones. Il y en a dans toutes les chambres de sa maison et également dans d'autres pièces. Et avant de s'en servir, il les purifie en faisant brûler quelques extraits des quatre plantes sacrées dans leur direction. Il a ajouté que la base de *sa* religion c'est la vie, et non la mort comme le symbolise pour lui le crucifix qu'il a, lui aussi, comparé au capteur de rêves. Par ailleurs, selon lui, les artisans de Wendake ont « recommencé » à faire des capteurs de rêves sous l'impulsion du renouveau culturel qui leur aurait redonné confiance. Cette mouvance, il la perçoit comme « une prise de conscience nationale » qui a généré une « réappropriation de la culture ». Pour ce dernier donc, le capteur de rêves fait partie de *sa* culture et il revêt un caractère sacré qui suppose des rites à son égard. Ainsi, cet objet s'est inscrit dans son parcours spirituel, culturel et identitaire personnel. A l'inverse, un Huron nous a expliqué ne pas du tout croire en cet objet. A notre première question sur ce qu'est pour lui un capteur de rêves sa réponse a été éloquente :

Un capteur de rêves premièrement c'est une chose qui vient de d'autres nations, non pas nécessairement du Québec, puis que toutes les tribus aborigènes se sont appropriées, à cause que c'est un bon vendeur. (...) Le monde ils veulent de la spiritualité, ils la cherchent n'importe où. La religion catholique vend des crucifix, des images de Sainte Vierge, les Indiens vendent des capteurs de rêves, des calumets, des tambours supposément sacrés puis toutes ces affaires là.

(Entrevue 11, décembre 2008)

Il nous a, par la suite, expliqué les aspects selon lui « pratiques » qui se cachent derrière les interprétations spirituelles de certaines traditions amérindiennes. A titre d'exemple, le tabac n'a pour lui rien de sacré, étant un insecticide naturel, il protégeait les récoltes et ainsi préservait des épidémies de famine. Ce Huron se définit ainsi comme étant quelqu'un de « terre à terre ». Et en ce qui concerne le capteur de rêves, après nous avoir stipulé ne pas avoir fait de « recherche » à son sujet, il a émis, sur le ton de la plaisanterie, l'hypothèse que c'était peut être l'ancêtre de la raquette...

Ces deux exemples illustrent bien les pôles de croyance possibles à l'égard du capteur de rêves. Certains y croient fortement, tandis que d'autres pas du tout. En outre, rappelons que certains aîné(e)s sont opposé(e)s à l'utilisation de cet objet en raison de son caractère magique. Malheureusement, pour cette même raison, ces personnes ont refusé de participer à cette enquête. De fait, nous ne disposons pas d'autres données relatives à leurs perceptions à l'égard de cette tradition et de sa mise en tourisme.

Par ailleurs, chez ceux qui adhèrent à cette croyance, ressort également une grande diversité d'interprétations du capteur de rêves. Tandis que, pour la plupart il sert à trier les rêves, pour un autre habitant de Wendake¹, par exemple, il permet aussi une « maîtrise de soi » et une « libération ». Pour un autre², le capteur de rêves est un « talisman », ce qui renvoie à l'idée de protection. Au final, là encore, le symbolisme du capteur de rêves et sa fonction ne sont pas perçus par tous de la même manière. En termes de croyance donc, les données révèlent une forte hétérogénéité d'adhésion et de

1 Entrevue 13, décembre 2008.

2 Entrevue 12, décembre 2008.

représentations vis-à-vis du capteur de rêves au sein de la population locale.

Sur la question des origines du capteur de rêves, là encore, il n'y a aucun consensus. Différentes interprétations ont émergé et celles-ci sont pour la plupart sensiblement les mêmes que celles identifiées dans les discours des travailleurs touristiques. Pour deux participants, le capteur de rêves provient de leurs ancêtres et la question de ses origines ne s'est pas posée. Une habitante¹ nous a expliqué qu'en raison de la colonisation, il avait probablement été oublié, il était « en veilleuse » nous a-t-elle dit, puis il avait réapparu. Plusieurs ont émis l'hypothèse qu'il proviendrait des cultures de l'Ouest et, là encore, seulement un habitant² interrogé a stipulé qu'il est originaire de la Nation Ojibway. Enfin, le jeune Huron³ évoqué précédemment a ajouté quant à lui une interprétation inédite et unique dans cette enquête. Selon lui, cet objet proviendrait d'un chaman des peuples de l'Ouest qui aurait été marqué à la vue d'une toile d'araignée tissée dans un séquoia. Puis, il a ajouté : « les Hurons-Wendat à cause du commerce ont échangé des capteurs de rêves y'a fort longtemps ». Cette hypothèse, si rien ne permet de l'infirmier ou de la confirmer, apparaît toutefois plausible. En effet, dans son ouvrage consacré au capteur de rêves, Black (1999) rapporte que les Ojibways ont appris la culture du maïs des Hurons. Ces deux nations ont donc été en contact rapproché avant la chute de la Huronie et il est effectivement possible que le capteur de rêves ait lui aussi été échangé à cette époque. Néanmoins, rappelons-le, dans les données historiques sur les Hurons qui ont été consultées, aucune allusion au capteur de rêves n'a été relevée. En

1 Entrevue 14, décembre 2008.

2 Entrevue 10, décembre 2008.

3 Entrevue 12, décembre 2008.

outre, il ressort clairement de cette enquête que l'arrivée du capteur de rêves au Québec est récente.

Finalement, à l'image de la dynamique elle-même de renouveau culturel, la réappropriation du capteur de rêves n'est pas homogène à Wendake. En fonction de l'engagement dans le mouvement dit du « retour aux sources », de l'importance accordée à la spiritualité, des connaissances acquises et de leurs interprétations, des représentations et des pratiques construites à partir de ce canevas de références polymorphe, les individus qui ont intégré le capteur de rêves à leur quotidien l'ont fait à leur manière. Or, nous allons le voir à présent, cette diversité de perceptions vis-à-vis du capteur de rêves interfère sur les opinions à l'égard de sa mise en tourisme.

4.5.2 Les habitants de Wendake et la touristification du capteur de rêves

En ce qui concerne la touristification du capteur de rêves, les perceptions sont diversifiées chez les habitants de Wendake interrogés et souvent mitigées, rarement totalement positives ou totalement négatives. En outre, tous n'ont pas abordé les mêmes aspects relatifs à ce phénomène. Les habitants les plus attachés à cet objet et/ou à leur culture - souvent ceux qui ont pris part à la dynamique dite du « retour aux sources » - ont eu tendance à attribuer des vertus sociales, culturelles ou encore politiques à ce phénomène. Tandis que ceux qui ne semblent pas particulièrement enclins à revenir vers leur culture et/ou qui ne se sont pas réappropriés cet objet ont eu plutôt tendance à

évoquer son intérêt économique. Dans un souci de clarté, nous allons rendre compte de leurs perceptions, et, par extension, des retombées de ce phénomène au sein de la population locale, selon qu'elles sont positives ou négatives.

4.5.2.1 Perceptions positives

Le fait que le capteur de rêves ait acquis une grande popularité et une grande visibilité a tendance à nourrir des sentiments de fierté et ce pour différentes raisons qui en éclairent les enjeux sous-jacents.

Tout d'abord, dans l'ensemble, l'artisanat de Wendake en soi est source de fierté chez ses habitants. Une habitante¹ nous a dit par exemple : « Je trouve qu'on a un bel artisanat ». Un autre² nous a raconté l'importance du commerce chez les Hurons et le fait que l'artisanat est pour eux une tradition ancestrale. En outre, ce sentiment est amplifié par le fait que des étrangers achètent les produits hurons ou autochtones. A ce sujet, un Huron-Wendat³ nous a d'ailleurs dit que « les peuples se voient dans les yeux des autres peuples » et qu'en se sentant plus aimés les Amérindiens s'aiment davantage. Le succès du capteur de rêves semble ainsi favoriser une fierté collective à Wendake puisque cela atteste que des étrangers s'intéressent à leur culture.

D'autre part, la quasi-totalité des habitants interrogés estiment que le capteur de rêves est une croyance qui peut apporter un mieux-être à celui qui y adhère. Cet aspect a

1 Entrevue 14, décembre 2008.

2 Entrevue 12, décembre 2008.

3 Entrevue 10, décembre 2008.

tout de même été exprimé avec davantage de fierté chez ceux qui croient en cet objet. A

titre d'exemple, un Huron exprima cette fierté ainsi :

(...) ça nous a aidés à influencer les autres aussi autour de nous, à être plus...à observer leur environnement. Puis aussi à regarder aussi d'un autre œil la vie t'sais. C'est comme un ordinateur. Les Occidentaux nous ont tout le temps mis devant un ordinateur, puis nous autres on va mettre les Occidentaux devant un capteur de rêves pour qu'ils voient la vie d'un autre œil. Le capteur de rêves ça l'aide l'imaginaire, la spiritualité, à s'évader en fin de compte dans une atmosphère de balance parce qu'il y a toujours le bien et le mal, mais le bien va peut être battre le mal qu'on connaît. On dit pas qu'on fera plus de cauchemars, mais on fera plus les mêmes cauchemars. Puis c'est ça pas mal dans l'effet touristique des capteurs de rêves, qu'on peut peut-être aider les gens à rêver mieux. (Entrevue 12, décembre 2008)

Le fait d'avoir rendu le capteur de rêves accessible est ainsi perçu par certains habitants comme une contribution, un apport amérindien à l'Occident et s'exprime là, le désir que nous évoquions précédemment d'avoir une influence sur la société dominante.

En outre, chez certains, ce sentiment de fierté est également lié au fait qu'à travers cet objet ce sont les Amérindiens eux-mêmes qui ont acquis une plus grande visibilité. Une visibilité qui prouve leur existence et celle-ci s'entend comme une résistance. A l'image, par exemple, de ce Wendat¹ qui a qualifié le capteur de rêves d'« ambassadeur de la culture » :

C'est une preuve que la culture est toujours existante, elle est toujours vivante et puis les gens la pratique encore. (...) Si on veut se développer, si on veut s'émanciper, on doit produire, on doit fabriquer des preuves de notre existence. Puis tant mieux si on peut les vendre ces preuves de notre existence là. Que ce soit des capteurs de rêves, des calumets, que ce soit des tambours. En autant qu'on fasse ça avec respect, puis qu'on détruise pas l'image de l'Amérindien qui est fier de vivre en Amérique sur son territoire, sur l'île de la tortue, avec tous ses héros, tous ses souvenirs. Il y a des beaux souvenirs. Il y en a des moins beaux, il y a eu beaucoup de destruction. Mais à travers tout ça les Amérindiens ce qu'on sait le mieux faire, c'est survivre. Puis ça les étrangers qui sont arrivés ici, ils ont

¹ Entrevue 10, décembre 2008.

mal calculé leur tir. Parce qu'ils voulaient nous exterminer complètement. Ils ont pas réussi. (Entrevue 10, décembre 2008)

Une telle politisation est ressortie également du discours d'un autre habitant qui nous a expliqué, quant à lui, que le capteur de rêves sert à « obliger » les non-Autochtones à s'intéresser aux Amérindiens :

Je crois que le but c'est que le citoyen se rende compte crime que la Nation autochtone elle soit reconnue, elle soit appréciée à sa juste valeur. Être un peu reconnaissant t'sais de l'Autochtone en général. (Entrevue 13, décembre 2008)

Pour lui, c'est la « force de caractère de l'Autochtone » et sa « détermination » qui se sont exprimées dans la réappropriation du capteur de rêves. Il symbolise à ses yeux « un retour sur le passé » et ce dernier s'entend comme l'expression d'un désir des Autochtones de préserver leur culture en dépit de la modernisation de leur mode de vie. Il perçoit donc très positivement le fait que le capteur de rêves soit commercialisé et estime que ce sont ces enjeux sous-jacents qui devraient être compris par les non-Autochtones au travers de ce produit.

La mise en tourisme du capteur de rêves est donc vue par certains comme un acte politique, un acte de résistance à la destruction de leur culture occasionnée par la colonisation et la modernisation. Pour ces derniers, le fait d'acheter un capteur de rêves est également un acte politique. Pour l'un¹, c'est une façon « d'approuver la culture », de dire « moi je l'aime votre culture, je veux l'encourager, je veux vous aider ». Et pour l'autre², c'est « comme une redevance que les Blancs ont envers [eux] ». Ainsi, pour certains habitants, le produit « capteur de rêves » symbolise la lutte pour la survie de

1 Entrevue 10, décembre 2008.

2 Entrevue 13, décembre 2008.

leur culture et la reconnaissance de leur existence auprès des non-Autochtones.

Enfin, les habitants interrogés ont souvent fait valoir l'intérêt économique de la commercialisation du capteur de rêves, tout particulièrement le fait que cela génère des revenus pour les artisans amérindiens. En outre, une habitante¹ a exprimé un sentiment de fierté lié à la modernisation des activités commerciales et touristiques de la communauté. « Je trouve ça bien. Je trouve qu'on a avancé, on s'est amélioré » nous a-t-elle dit à ce sujet. Le cadet² des répondants estime, quant à lui, que la vente de capteur de rêves a aidé la Nation à être « plus forte » sur le plan économique.

4.5.2.2 Perceptions négatives

Les perceptions négatives qui ont été dégagées du discours des habitants interrogés ont essentiellement trait à la dimension économique du phénomène de touristification du capteur de rêves.

Tout d'abord, une question qui s'est posée avec plusieurs participants, concerne la légitimité de la commercialisation du capteur de rêves au regard de sa dimension spirituelle. Un habitant³ a en effet expliqué ne pas aimer « qu'on exploite le spirituel pour en faire de l'argent ». Pour lui, le fait de vendre le capteur de rêves en ôte la magie et ce dernier ne marchera pas. Un autre Huron⁴ expliqua, quant à lui, que « si tu l'achètes avec de l'argent, déjà tu viens enlever tout le charme, toute la force dans ta

1 Entrevue 14, décembre 2008.

2 Entrevue 12, décembre 2008.

3 Entrevue 9, décembre 2008.

4 Entrevue 10, décembre 2008.

foi ». Pour lui, « idéalement » le capteur de rêves devrait être fabriqué par son propriétaire à partir de matériaux qu'il aurait lui-même ramassés en forêt ou lors de voyages, ou tout du moins être donnés ou troqués. Pourtant, dans un même temps, ces deux habitants ne sont pas opposés à la vente de capteur de rêves. Le premier en a d'ailleurs, par le passé, commandé à une vieille artisane peu fortunée pour des amis non-Autochtones. Quant au second, qui est celui qui le considère comme « un ambassadeur de la culture », il en défend vigoureusement la vente à Wendake. Par la suite, il a de lui-même relevé l'ambivalence de son discours et a conclu en disant : « Donc déjà là on est dans un grand dilemme ». Enfin, cette question a également affleuré du discours du participant se définissant comme quelqu'un de terre-à-terre, mais lui se positionna différemment. A la question générique « Que penses-tu du fait que le capteur de rêves soit devenu un produit touristique ? », voici ce qu'il a répondu :

Bon j'ai rien contre ça. Regarde y'a plein de monde qui...ici à Wendake y'a un gars qui fait des statuts religieuses. (...) Bah c'est pas pire que de trouver dans une boutique-souvenirs un chandelier à 7 branches comme il y a chez les Juifs. Tu sais c'est du commerce. Puis y'en a beaucoup qui sont faits en Chine. J'ai même vu des Autochtones, des Mohawk de Kanawake, qui vendaient des capteurs de rêves qu'ils avaient achetés au Dolarama. (silence) Ça c'était à une exposition, puis on a averti chose, le gars, le keeper of the estern door, il est allé les voir, il les a tous fait sortir. (Entrevue 11, décembre 2008)

Pour cet habitant, les raisons de la touristification du capteur de rêves sont économiques et ce phénomène s'explique par le fait que vendre du spirituel est une tendance actuelle du marché. Du reste, il estime que le capteur de rêves « n'est plus un bon produit touristique » parce qu'il a été diversifié au maximum et que tout le monde le connaît à présent. Toutefois, en dépit de cette apparente neutralité, ressort tout de même en filigrane de son discours qu'il désapprouve quelque peu la vente de capteurs de rêves

industriels.

Cet habitant n'a pas été le seul à aborder le thème de l'authenticité des capteurs de rêves. Celle-ci a été récurrente dans les entretiens et a occasionné diverses opinions. Soulignons toutefois que seul un répondant a utilisé le terme « authenticité » (l'habitant n° 10) : fait qui illustre que cette notion appartient davantage au langage du secteur touristique et qui témoigne, une fois de plus, de l'intégration dans ce dernier des caractéristiques du marché touristique. Chez les autres habitants, c'est au travers de leur discours que sont ressortis des critères d'authenticité et ces derniers étaient sensiblement les mêmes que ceux explicités par les travailleurs touristiques : le fait qu'il soit conçu avec des matériaux naturels, qu'il soit réalisé par un Autochtone ou encore, pour certains, qu'il soit fabriqué sur la réserve. Par exemple, le cadet des répondants a eu recours à la notion de « pureté » :

(...) quand on fait un capteur de rêves ici sur la réserve c'est un capteur de rêves extrêmement pur. Mais s'il est fait en dehors d'une réserve, le capteur de rêves est moins pur. (...) J'entends un capteur de rêves qui est fait avec sagesse. La pureté pour moi c'est la vieillesse. Une pureté de jeunesse ce n'est pas une pureté pour un Autochtone. (Entrevue 12, décembre 2008)

Au travers de l'idée de « pureté » est exprimée, de notre point de vue, celle d'authenticité construite ici sur l'idée d'un lien au passé, d'une part, et sur l'attachement symbolique au territoire de la communauté d'autre part. Autre exemple, une habitante a, elle, comparé le capteur de rêves aux raquettes :

Est-ce qui sont faits de façon traditionnelle autochtone, ça c'est une autre histoire. C'est un peu comme les raquettes. Les raquettes en aluminium qui vendent ici, ça pour moi c'est pas autochtone. Puis même si on en fabrique ici, ça c'est pas autochtone. Bah c'est la raquette traditionnelle qu'est autochtone. (Entrevue 14, décembre 2008)

Ainsi, c'est la fabrication traditionnelle du capteur de rêves qui lui confère son caractère autochtone et là réside son authenticité. A l'instar de cette dernière, plusieurs habitants ont remis en question l'authenticité des capteurs de rêves vendus à Wendake. Certains ont également fait valoir que sa diversification en termes de taille et de contenu y était « exagérée »¹ et que cela présente le risque de « banaliser »² l'objet. Malgré ces quelques critiques, aucun habitant n'a exprimé de la désapprobation à l'égard de la vente à Wendake de ces capteurs de rêves non-traditionnels ou des produits dérivés.

En revanche, la quasi-totalité d'entre eux ont exprimé de la désapprobation, voire de l'opposition, à l'égard de la commercialisation de cet objet dans les réseaux non-autochtones. C'est le cas notamment de l'habitante citée précédemment :

C'est quand j'en vois ailleurs que ça fait pas mon affaire, je trouve que ça perd tout son sens là. Quand on en voit au Dolarama ou n'importe quoi là. L'artisanat des Hurons devrait se vendre chez les Hurons ! L'artisanat des Montagnais devraient se vendre chez les Montagnais ! Les Montagnais ont des belles choses spécifiques à eux-mêmes, à un moment donné tu trouves des produits dérivés à Montréal, c'est la même affaire. (Entrevue 14, décembre 2008)

Pour elle donc, le capteur de rêves est un objet huron et, à ce titre, il devrait être fait exclusivement par les Hurons. Les autres habitants quant à eux, le considérant comme un objet autochtone, estiment qu'il devrait être vendu exclusivement par des Autochtones. Le cadet des répondants s'est ainsi dit « tout à fait contre » cette commercialisation extérieure. En outre, il a dit ne pas comprendre qu'on puisse en acheter au Dolarama quand ceux qui sont faits sur une réserve sont eux, « purs ». Celui qui considère l'objet comme un « ambassadeur de la culture » a lui estimé que c'était de

1 Entrevue 9 et entrevue 10, décembre 2008.

2 Entrevue 10, décembre 2008.

la « destruction ». Même le Huron¹ - qui, interprétant la commercialisation de cet objet comme un moyen d'inciter les non-Autochtones à s'intéresser aux Autochtones, s'est dit en faveur d'une distribution élargie de ce produit - considère tout de même la vente de capteurs de rêves au Dolarama comme problématique car cela le banalise et que son prix dérisoire lui en ôte sa valeur.

Par ailleurs, quelques-uns ont également émis des critiques vis-à-vis des modalités de commercialisation du capteur de rêves. C'est le cas de l'habitant qui n'aime pas qu'on « exploite le spirituel pour en faire de l'argent ». De son point de vue, l'intention en arrière de ce phénomène est purement économique, cela le dérange et voici pour quelles raisons :

Moi je suis socialiste. Même, je dirais à l'extrême, communiste. Mais pas communiste.. mais communiste comme nos ancêtres amérindiens, lorsque c'était un système matriarcal, puis tout le monde vivait, puis y avait personne de plus puissant que les autres. Puis c'était pas une question capitaliste en arrière déguisée. Le vrai communiste là qu'était socialiste là. Je me rappelle peut être plus, c'est peut-être socialiste. Fait que, pour moi au niveau économique, je trouve que le partage est pas bien fait. C'est que oui ça crée des emplois, oui ça crée de l'affaire, oui ça crée des businessmen, mais c'est tous les mêmes. C'est tous les mêmes. Les gens qui sont vraiment dans la misère, je trouve qu'ils sont pas aidés là dedans. [Puis tu as l'impression que c'est pas conforme à la culture amérindienne la façon dont c'est fait si je comprends bien ce que tu veux dire?] Oui. Bah ce que je veux dire c'est que...comment je te dirais ça. On forme la culture amérindienne dans le sens du partage des ressources, puis de l'égalité. Mais si je regarde les gens qui font de l'argent avec ça, c'est déjà des gens qui n'ont pas de problème d'argent. Alors si on regarde la conséquence économique, c'est pas vraiment les p'tites madames ou les gens qui sont dans la misère qui profitent de ça. C'est pas de l'artisanat rural. (Entrevue 9, décembre 2008)

Par la suite, il a abordé le phénomène de mondialisation et a expliqué qu'aujourd'hui le commerce d'artisanat à Wendake est centralisé et soumis depuis peu

1 Entrevue 13 décembre 2008.

aux lois du commerce capitaliste. Or, il aimerait que la communauté revienne à une « économie de maisonnées » qu'il considère comme le modèle de ses ancêtres. L'idée étant que, comme au début du siècle dernier, tout un chacun au village pourrait, s'il le souhaite, vendre des capteurs de rêves sur sa galerie ou sur un coin de rue sans avoir pour cela besoin d'une licence commerciale. Pour lui, cela permettrait de préserver le caractère rural du village huron qui, à ses yeux, se perd et de surcroît de protéger son « cachet touristique », mais également d'assurer un partage des ressources plus équitable. Au final, ce n'est pas tant le fait de vendre un objet à caractère spirituel qui le dérange que « la manière dont c'est fait » comme il l'a dit et ce, à Wendake, mais encore davantage dans les réseaux non-Autochtones.

A l'inverse, deux répondants ; celui qui considère le capteur de rêves comme un « ambassadeur de la culture » et celui qui se dit « terre-à terre » ; pensent que les Amérindiens ne sont pas autant des gens « d'affaires » que les non-Autochtones. Le premier¹ a alors exprimé l'idée que les Amérindiens n'ont pas encore suffisamment intégré les lois et les outils propres au marché capitaliste, et de son point de vue, ils devraient le faire afin de protéger l'authenticité de leurs produits et optimiser les retombées économiques. Il a d'ailleurs lui aussi suggéré l'idée d'un sceau de certification. Pour le second², les non-Autochtones, en particulier les Européens, sont économiquement plus performants dans le tourisme amérindien que les Autochtones. La raison en est que, de son point de vue, ces derniers sont « plus marketing » et « vont aller pour ce qu'est rentable tout de suite ». Tandis que, pour lui, les Autochtones

1 Entrevue 10, décembre 2008.

2 Entrevue 11, décembre 2008.

« essaient plus d'aller vers du vrai » et cherchent davantage, par ce biais, une « revalorisation » qu'un enrichissement monétaire. Bien qu'il estime que cela freine les retombées économiques, il considère toutefois positivement cette volonté de faire du tourisme comme une voie de valorisation culturelle.

Enfin, bien que plusieurs habitants aient mentionné les enjeux éducatifs du tourisme vis-à-vis des non-Autochtones et de leurs préjugés à l'égard des Amérindiens, ces derniers n'ont quasiment pas été rattachés au produit « capteur de rêves » en lui-même. Seul un résidant de Wendake¹ a mentionné le fait qu'une note explicative soit fournie avec était important afin de faire « un peu d'éducation » avec cet objet. Tandis qu'un autre² a exprimé, au contraire, sa crainte que celui-ci nourrisse encore des préjugés en entretenant l'idée que « les Amérindiens, ce sont des gens qui font des cérémonies ».

Ainsi, d'une part, au regard de la mise en tourisme du capteur de rêves, quelques-unes des retombées soulevées par les travailleurs touristiques ressortent des discours des habitants de Wendake : un développement économique, une revalorisation interne par le biais de l'intérêt des étrangers pour leur culture et une revalorisation externe par le biais de la visibilité que cela leur apporte. D'autre part, il ressort une diversité de perceptions à l'égard de la dimension « moderne » du phénomène de touristification du capteur de rêves à Wendake. Estimant que l'adoption du modèle économique capitaliste ne correspond pas à la culture amérindienne et favorise en outre des inégalités, l'un des

1 Entrevue 10, décembre 2008.

2 Entrevue 9, décembre 2008.

répondants y est défavorable. A l'inverse, d'autres estiment que ce secteur devrait intégrer davantage les outils modernes dans leurs activités commerciales afin d'en optimiser les retombées économiques et de se protéger de la concurrence. Chez d'autres habitants encore, cette « évolution » suscite de la fierté et un sentiment d'accomplissement collectif. Enfin, bien que la mise en vente d'un objet spirituel amérindien pose problème à certains habitants et que ceux qui sont vendus à Wendake ne sont, là encore, pas tous considérés comme authentiques ; ces aspects semblent être de moindre importance au regard des enjeux économiques, mais plus encore sociaux et politiques sous-jacents liés à l'existence d'une concurrence non-Autochtone. Comme chez les travailleurs touristiques, celle-ci a occasionné des réactions, fortes ou mesurées, mais néanmoins rarement neutres. Comme dans le secteur touristique, cette tendance à désapprouver l'appropriation de ce produit par les réseaux de distribution non-Autochtone, tend à penser que cette concurrence extérieure a favorisé, chez les habitants de Wendake, la construction d'une identification culturelle à cet objet « autochtone ».

Mais n'y aurait-il pas d'autres liens d'influence entre le phénomène de touristification du capteur de rêves et celui de sa réappropriation au sein de la population locale?

4.5.3 Touristification et réappropriation du capteur de rêves : influences et retombées

Tout d'abord, rappelons-le, il ne fait nul doute que la mise en tourisme du capteur de rêves a accru sa visibilité et, de fait, favorisé sa diffusion au sein de la

communauté. Aujourd'hui, même les habitants qui déclarèrent ne pas croire en cet objet, ne pas s'y identifier et ne pas s'en servir, connaissaient le capteur de rêves et reconnaissaient qu'il fait aujourd'hui partie de leur environnement culturel. A titre illustratif, l'un d'entre eux, le seul d'ailleurs qui connaissait l'origine ojibway du capteur de rêves, exprima cet aspect ainsi :

Si je recule quelques ans en arrière, bah je suis certain, je vais parler à mes sœurs, à mes parents, à tout le monde, y'a personne qui connaissait ça. Ça existait pas le capteur de rêves. C'est surtout vingt ans en arrière. Aujourd'hui tu vas demander à tout le monde, le capteur de rêves, tout le monde sait c'est quoi un capteur de rêves. Ça fait quasiment partie de notre culture aujourd'hui. Ça fait partie d'une culture huronne qu'on avait pas avant. (Entrevue 9, décembre 2008)

En somme, bien que les données issues de cette enquête ne permettent pas d'affirmer que tous les habitants de Wendake savent ce qu'est un capteur de rêves, elles tendent davantage à le confirmer qu'à l'infirmer. Et cela est indubitablement lié à sa mise en tourisme.

Par ailleurs, avant son développement commercial, le capteur de rêves était vraisemblablement utilisé essentiellement comme objet spirituel par des sous-groupes autochtones enclins à renouer avec la spiritualité amérindienne ou comme objet de décoration. Aujourd'hui, le capteur de rêves est également un emblème, autrement dit un « objet identitaire ». Cette expression a en effet été utilisée par plusieurs participants pour définir le capteur de rêves et comme l'a d'ailleurs dit un habitant¹ : « le capteur de rêves représente un peu tous les Amérindiens ». Et qu'ils y croient ou non, qu'ils l'utilisent ou non, celui-ci semble largement perçu comme tel par les habitants de

¹ Entrevue 10, décembre 2008.

Wendake. A titre illustratif, un habitant¹ qui affirma ne pas du tout s'y identifier, a toutefois expliqué se sentir « plus d'approche » avec des gens qui ont un capteur de rêves accroché à leur rétroviseur de voiture. A l'instar de beaucoup d'Autochtones, il perçoit ce geste comme un signe d'appartenance aux Première Nations, ou bien de sympathie à leur égard dans le cas des non-Autochtones. Une sympathie qui, pour certains, s'entend même comme une solidarité envers leur lutte pour la survie de leur culture. L'attribution de ce statut d'emblème ne serait-il pas lié à la grande visibilité qu'il a acquise du fait de sa mise en tourisme et à sa popularité chez les non-Autochtones qui est un fait entendu de tous à Wendake ? En somme, en devenant un objet amérindien connu à l'extérieur, le capteur de rêves a intégré la sphère publique et est devenu un emblème amérindien.

Enfin, au début de cette enquête, nous nous attendions à ce que des Hurons désapprouvent la commercialisation de cet objet en raison de ses origines étrangères à leur culture. Rappelons-le, si l'on se base sur les données d'Herbert (2008) dans la communauté abénakise d'Odanak et celle innue de Mashteuiasth, certains habitants font valoir que cet objet n'a aucun lien avec leur culture et devrait, par conséquent, ne pas être commercialisé dans leur communauté. Or, aucun des Hurons avec qui nous avons discuté ou qui ont participé à cette recherche n'a exprimé un tel point de vue. Comme nous venons de le voir, si quelques habitants ont critiqué la touristification de cet objet dans leur communauté, ce n'est pas en raison de ses origines étrangères, dont d'ailleurs tous n'ont pas connaissance. Cette différence de perception ne serait-elle pas liée aux

¹ Entrevue 9, décembre 2008.

spécificités du phénomène de touristification du capteur de rêves dans la communauté de Wendake ? En effet, d'une part, en raison de sa proximité avec la ville de Québec, le fait que le capteur de rêves ait été commercialisé dans les réseaux de production et de distribution non-autochtones est connu à Wendake et probablement moins dans les communautés rurales et reculées. Or, comme nous le savons, cette concurrence « blanche » est apparue dans cette enquête comme l'un des facteurs ayant favorisé la construction d'une identification socioculturelle au capteur de rêves. D'autre part, rappelons-le, cette communauté possède pas moins de cinq points de vente de capteurs de rêves (et un sixième qui a fermé depuis venait d'ouvrir au moment de l'enquête) où, qui plus est, il est abondamment présent et ce, sur un territoire de seulement 1,46 km². Cette forte activité commerciale est unique au regard des autres communautés autochtones du Québec et, comme nous le savons, étroitement liée à la tradition du commerce chez les Hurons et à l'urbanité de Wendake. Cette abondance de capteurs de rêves n'aurait-elle pas favorisé un effet d'*habitus* qui aurait fortement contribué au processus de sa réappropriation au sein de la population locale de cette communauté ? Rappelons-le, Hanson (1989) considère que la construction de l'authenticité relève d'un processus de construction sociale qu'il décrit comme *ordinaire*. Le fait que le capteur de rêves soit présent depuis une vingtaine d'années à Wendake, et abondamment depuis une dizaine d'années, explique de notre point de vue, en partie, pourquoi il est, aux yeux de certains, un objet provenant de leurs ancêtres. La méconnaissance qui entoure cet objet, au regard de ses origines ainsi que de son symbolisme et de son sens originel chez les Ojibways, a certainement elle aussi favorisé ce processus et sa pluralité de modalités.

Cette méconnaissance ne serait-elle pas liée du reste à la diversité d'objets autochtones réappropriés sous l'impulsion de la dynamique dite du « retour aux sources » ? Cette mouvance a généré un tel brassage d'éléments amérindiens divers et variés que leurs origines premières en viennent à être dissolues. Cela semble contribuer à l'efficacité symbolique de ces objets au regard de leur fonction moderne qui est justement de contribuer à ce renouveau culturel. Le capteur de rêves n'est que l'un de ces objets, mais il participe à la (re)construction culturelle de Wendake et à l'affirmation identitaire des Hurons ; et il porte en lui l'hétérogénéité qui habite ces dynamiques.

Ainsi, à plusieurs niveaux, le phénomène de touristification du capteur de rêves à Wendake a contribué à la réappropriation symbolique de cet objet au sein de la population locale de cette communauté et, par là même, à son renouveau culturel. Et bien que ce phénomène soit très hétérogène en termes d'usages et de croyances, il semble toutefois homogène au regard du statut d'emblème que le capteur de rêves a acquis, en raison de son succès chez les non-Autochtones et de sa transformation en produit touristique occasionnée en grande partie par ce même succès. Et bien que tous les habitants de Wendake n'attribuent pas les mêmes vertus au phénomène de touristification du capteur de rêves, il se dégage tout de même un certain consensus autour de deux aspects de ce dernier : la commercialisation de ce produit contribue à donner de la visibilité aux Amérindiens et les retombées économiques qu'il suscite devraient bénéficier uniquement à des Autochtones. Cette unicité de perception ne révèle-t-elle pas la prégnance du besoin de se différencier de la société dominante et

l'enjeu majeur que constitue la visibilité pour les Autochtones? N'illustre-t-elle pas également combien les dynamiques d'intégration à la modernité et d'affirmation identitaire sont entremêlées l'une à l'autre ? D'un côté, la commercialisation d'éléments culturels est défendue, voire encensée et, d'un autre, dès lors qu'elle sort du contexte autochtone, elle est perçue comme illégitime et abusive.

Les touristes perçoivent-ils que la touristification du capteur de rêves à Wendake témoigne d'un renouveau culturel mêlant intégration à la modernité et affirmation identitaire ? Perçoivent-ils que ce phénomène revêt des enjeux autres qu'économiques et dans lequel ils jouent un rôle central ?

4.6 Les touristes : perceptions et opinions

Des données issues des observations et des entrevues réalisées avec des touristes, il est ressorti que leurs perceptions varient, en partie, en fonction de leur démarche à l'égard du capteur de rêves. Dans un souci de clarté, avant d'étayer leur perception à l'égard du capteur de rêves, puis de sa touristification, il convient donc d'explicitier ces différentes démarches.

4.6.1 Typologie des « touristes-consommateurs » du capteur de rêves

Au vu des données, les touristes qui viennent à Wendake sont motivés par un désir de connaissances. « Savoir », « connaître », « apprendre », « découvrir » sont des mots qu'ils ont fréquemment utilisés pour expliquer leur motivation touristique ou ce que leur visite leur a apporté. Nous retrouvons là l'idée de « développement » de Dumazedier (1962).

Par ailleurs, ce désir de connaissances a trait rarement à la culture huronne ou aux cultures amérindiennes, mais à *la* culture amérindienne. Comme nous le savons, les touristes ont tendance à percevoir l'univers amérindien comme uniforme et non comme pluriel. De façon récurrente et systématique, ils parlent donc « des Indiens » ou « des Amérindiens ». Et ils disent faire une visite « chez les Amérindiens » et non « chez les Hurons ».

Concernant plus spécifiquement le capteur de rêves, intégrer les touristes à la recherche a tout d'abord permis d'éclairer les raisons de son succès commercial. Voici les adjectifs les plus souvent utilisés par les touristes pour expliquer l'intérêt que cet objet a suscité chez eux : beau, joli, attrayant, fascinant, mystérieux, mystique ou encore spirituel. Ainsi, le capteur de rêves plait beaucoup aux touristes d'une part, en raison de sa beauté esthétique, esthétisme typiquement amérindien puisque le cercle, mais surtout les plumes et le cuir, sont des référents culturels amérindiens universels et largement perçus comme tels à une échelle mondiale et, d'autre part, c'est également un objet à

forte connotation spirituelle et qui recèle une fonction thérapeutique. Magique, il a le pouvoir de trier les bons et les mauvais rêves. Entouré de légendes mettant le plus souvent en scène un animal, l'araignée, il matérialise la pensée animiste. En somme, le capteur de rêves est un objet correspondant particulièrement bien aux représentations que les touristes ont de *cette* culture amérindienne dont ils sont en quête. Cependant, ces différents attraits, à savoir son esthétisme, sa dimension spirituelle et sa fonction thérapeutique ne suscitent - ni tous, ni de la même façon - l'intérêt des touristes. Des données issues des entrevues et des observations, plusieurs tendances, en termes de démarche touristique vis-à-vis de ce produit, ont ainsi été identifiées. D'ailleurs, nous allons le voir, au sein de celles-ci, on retrouve des éléments de la typologie des touristes de Cohen (1979) évoqués dans le second chapitre.

Pour certains touristes, l'aspect spirituel du capteur de rêves prévaut sur son esthétisme qui lui, fait figure de valeur ajoutée à l'objet et quelques-uns de ces derniers l'ont intégré ou avaient l'intention de l'intégrer à leurs pratiques d'ordre spirituel/thérapeutique. C'était le cas d'un touriste français rencontré au site OnhoüA Chetek^{8e}, d'un touriste québécois rencontré au musée et enfin, d'une touriste française voyageant seule avec qui nous avons séjourné dans un site touristique situé à proximité de Wendake. A titre illustratif, cette dernière nous a raconté combien les Amérindiens la passionnent et leur spiritualité la fascine. Cette femme dans la cinquantaine trouve en effet que la spiritualité amérindienne est imprégnée de sagesse et d'humilité. Des valeurs qu'elle ne trouve pas dans la religion chrétienne et qu'elle considère d'ailleurs négativement, notamment en raison de la christianisation forcée des Amérindiens. Le

capteur de rêves, elle l'a découvert chez les Navajo et depuis il fait partie intégrante de son quotidien :

Pour moi c'est même pas une histoire de rêves, c'est vraiment pour chasser les mauvais esprits (...) Par rapport au capteur de rêves je sais pas...Sa fonction déjà parce que j'y crois beaucoup. Je sais pas. Ça me fascine. Voilà, c'est ça en fait. Le fait d'en avoir partout, dans ma chambre, dans ma voiture, dans toutes mes pièces. J'ai l'impression que ça va m'aider à mieux me sentir. Ouais c'est une fascination. (Entrevue 15, décembre 2008)

Par le biais de la croyance dans le pouvoir du capteur de rêves et de son utilisation, cette femme trouve un mieux-être personnel. Ne retrouvons-nous pas dans cette démarche la « quête de soi » du touriste explicitée dans le second chapitre ? Une quête étroitement liée au déclin du christianisme. Dans ces propos ne ressort-il pas finalement l'idée de Cohen (1979) que l'expérimentation de la spiritualité *autre*, amérindienne ici, est liée à une non-adhésion aux valeurs du « centre » de l'individu ? Si la spiritualité amérindienne fascine et attire le touriste occidental, c'est ainsi parfois, pour nourrir la *sienna*. Ainsi, certains touristes sont vis-à-vis du capteur de rêves dans ce que nous pourrions appeler une *démarche spirituelle personnelle*.

Chez d'autres touristes, en raison de son esthétisme, de sa dimension spirituelle, de sa fonction thérapeutique, le capteur de rêves fait figure de curiosité amérindienne. Exotique de par son esthétisme et l'univers de sens dans lequel il les entraîne, cet objet répond à leur désir d'évasion et de connaissances sur *la* culture amérindienne qui habite leur imaginaire et motive leur venue. Ces derniers ont d'ailleurs souvent à cœur de se souvenir avec exactitude des informations qu'ils ont reçues. Parmi eux, certains se prennent alors au *jeu* d'expérimenter les vertus thérapeutiques du capteur de rêves. A l'image de celui-ci, plusieurs touristes ont expliqué en avoir acheté un « pour voir si ça

marche » :

On va voir, on va essayer. On va voir ce que ça donne. On verra bien. Je sais pas si on va le mettre dans la chambre ou dans l'appartement mais si ça se trouve on fera plus de cauchemars. On verra. (Entrevue 19, décembre 2008)

D'autres, en revanche, achètent le capteur de rêves en tant qu'objet-souvenir. Sa légende et sa fonction seront probablement racontées au retour du voyage, mais l'achat n'est pas motivé par une quelconque signification spirituelle ou intention de l'expérimenter. A titre illustratif, voici quelques mots d'un touriste français rencontré à la boutique du site OnhoüA Chetek8e :

C'est mon fils [qui voulait acheter un capteur de rêves] pour faire un cadeau à sa mère. (...) C'est des capteurs qui prennent les mauvais rêves la nuit et qui conservent les bons. Mais là pour l'immédiat c'est surtout un cadeau, un souvenir pour ramener du Québec. Ça n'a pas de signification spirituelle particulière. (Entrevue 27, décembre 2008)

Enfin, plusieurs touristes nous ont dit avoir acheté un capteur de rêves parce que c'est un joli objet amérindien qui fera un beau souvenir de leur visite. Ces derniers n'ont pas cherché à obtenir de plus amples informations sur sa signification ou sa fonction et ont accordé un intérêt modéré, voire aucun, aux explications qui peuvent leur être fournies par les étiquettes qui y sont accrochées ou les fascicules mis à leur disposition. Chez certains touristes donc, l'esthétisme amérindien constitue le seul motif d'intérêt pour le capteur de rêves.

Ainsi, le sens et la fonction dont cet objet est investi par le touriste varie en fonction des motivations qui habitent sa démarche à son encontre et celles-ci en orientent les modalités d'achat et d'usage. Ces démarches peuvent être comparées aux

« modes » d'expériences touristiques définis par Cohen (1979). La démarche des touristes qui trouvent dans le capteur de rêves un divertissement essentiellement visuel peut être assimilée au mode « récréatif ». Celle de ceux qui sont en quête de connaissances sans toutefois accorder à l'objet et à son usage une signification spirituelle peut être associée au mode « expérientiel ». Enfin, la démarche de ceux qui ont le désir d'expérimenter cette croyance et celle de ceux qui se l'approprient semble toutes deux correspondre au mode « expérimental ». Toutefois, dans le cas des premiers, cette expérimentation relève davantage du jeu que d'une quête spirituelle personnelle comme c'est le cas chez les seconds. En ce sens, ces touristes semblent être à la frontière entre le mode « expérientiel » et le mode « expérimental ». De même, la démarche de certains touristes en quête de leur propre spiritualité - comme cette Française précédemment citée qui a de nombreux capteurs de rêves - s'apparente quelque peu au mode « existentiel » tant cet objet prend une signification et une place importantes dans leur existence.

Bien qu'ils constituent un canevas d'analyse utile et toujours pertinent, les critères définissant ces catégories de touristes élaborées par Cohen en 1979 se sont ainsi avérés parfois quelque peu restrictifs dans le cadre de cette enquête sur l'expérience touristique « capteur de rêves ». En somme, de notre point de vue, ces « modes » constituent ce que le sociologue Max Weber (1956) a nommé des « idéaux-types ». Ils ne correspondent pas à la réalité au sens où celle-ci n'est pas figée mais permettent d'y identifier des tendances. Or, nous allons le voir à présent, ces démarches font parties des facteurs agissants sur leur perceptions à l'égard du capteur de rêves et de sa mise en

tourisme à Wendake.

4.6.2 Les touristes et le capteur de rêves

Concernant le capteur de rêves en lui-même, la perception des touristes est à la fois homogène et hétérogène.

Homogène dans la mesure où tous le considèrent comme un objet *spirituel amérindien ancestral*. En effet, ses origines étrangères et son actuelle pluralité fonctionnelle demeurent méconnues chez les touristes. Cette perception s'explique en partie par l'information qu'ils reçoivent du secteur touristique de Wendake qui, comme nous le savons, demeure partielle et orientée. Mais il semblerait également que cette perception soit liée à l'attitude des touristes vis-à-vis de l'information. Par exemple, alors même que certains ont constaté sa présence à des rétroviseurs de voiture, aucun touriste n'a exprimé l'idée que le capteur de rêves soit aussi un emblème. En revanche, deux touristes ont dit le percevoir comme un symbole qui représente les Amérindiens et ces deux cas se sont avérés très éclairants.

A la première question : « que signifie un capteur de rêves pour toi ? », voici ce que nous a répondu une touriste Québécoise vivant en Ontario : « Bah moi un capteur de rêves, c'est la petite chose ronde qu'on met dans la chambre à coucher puis ça t'aide à rêver des bonnes choses. Puis c'est vraiment...le symbole des Amérindiens pour moi c'est le capteur de rêves ». Rien dans le discours de cette femme dans la quarantaine n'indique qu'elle pense que les Autochtones se servent du capteur de rêves comme d'un

emblème. A *ses yeux*, il symbolise les Amérindiens mais, de son point de vue, pour ces derniers c'est un objet qui sert à trier les rêves. Cette perception nous semble dans l'ensemble assez représentative de celles des personnes qui vivent en Amérique du Nord et qui, de fait, sont davantage amenées à voir des capteurs de rêves que les Européens, par exemple. L'autre touriste, qui a exprimé cette même idée, était justement une jeune Française. Nous l'avons rencontrée à l'Hôtel-Musée, à son arrivée à Wendake en compagnie de son mari. Nous leur expliquons l'objet de notre recherche et elle nous dit être « justement » venue avec l'intention de se renseigner sur le capteur de rêves et d'en acheter un. Nous les interrogeons, les suivons durant leur première visite du village, puis les réinterrogeons. Nous commençons alors par lui demander ce qu'elle a pensé des boutiques et voici ce qu'elle nous répond de suite :

Ca représente bien la culture du coin. Le fait qu'il y ait plusieurs boutiques qui en vendent, j'ai l'impression en fait que c'est le produit-phare qui représente les Indiens. Comme on en voit dans toutes, de toutes les couleurs, on a l'impression que c'est le produit qui montre le plus la culture amérindienne. [Est-ce que tu parlerais de symbole ?] Je pense. Je pense que ça doit être un symbole qui est connu dans le monde entier pour représenter les Indiens, je pense que ça doit être l'un des symboles. Comme le Français a sa baguette, l'Indien a son capteur de rêves accroché. (Entrevue 18, décembre 2008)

A l'exception de cette jeune femme et de son mari, tous les autres touristes n'ont été invités à participer à cette recherche et interrogés qu'à l'issue de leur visite touristique. Or, elle a été la seule touriste européenne à émettre l'idée que le capteur de rêves « représente » les Amérindiens et, pour l'avoir suivie dans sa visite, nous savons que cette perception ne résulte pas des informations qu'elle a reçues mais de ses observations et réflexions. Pourquoi, à l'issue de sa visite dans des boutiques, s'est-elle empressée d'exprimer son analyse du produit « capteur de rêves » au lieu de répondre à

notre première question ? Pourquoi a-t-elle été la seule étrangère à émettre cette idée ? De notre point de vue, les modalités de sa participation à cette recherche ont biaisé sa démarche à l'égard du produit « capteur de rêves ». Le fait de savoir que nous allions lui poser des questions sur ce produit l'a incitée à aller au-delà de l'information qu'elle a reçue. Avec les autres touristes, nos questions ont souvent donné lieu à un temps de réflexion, la réponse « je ne sais pas » a été fréquente et, à plusieurs reprises, certains nous ont dit ne pas se les être posées auparavant. Les touristes reçoivent l'information et, nous allons le voir, se l'approprient et l'interprètent, mais semblent toutefois peu enclins à la questionner, à l'analyser. Tout se passe comme si, dans le cadre touristique et comme dans d'autres d'ailleurs nous semble-t-il, les individus ont tendance à adopter une attitude passive face à l'information. Cette passivité serait-elle, en outre, favorisée par le contexte ?

Durant la rencontre touristique, les Amérindiens parlent, racontent, expliquent, tandis que les touristes écoutent et éventuellement posent des questions. Non seulement, cette répartition des rôles est spontanément entendue des deux parties mais, qui plus est, transgresser cet ordre établi est implicitement interdit. Raconter ses propres connaissances sur les Amérindiens ou remettre en question ce qu'un Amérindien vient de dire, sont en effet des attitudes qui sont mal vues des Autochtones comme des autres touristes qui, par des gestes de désapprobation ou par des réflexions, tentent d'y mettre fin. En somme, dans la rencontre touristique, ce sont les Amérindiens qui bénéficient d'une légitimité de parole. Plus encore qu'une légitimité de parole, durant cette rencontre désirée et imaginée par le touriste, l'Amérindien semble jouir d'une autorité

charismatique - en particulier avec l'Européen pour qui il est plus exotique que pour le Québécois, par exemple. Le touriste écoute l'Amérindien, pas tant pour ce qu'il sait ou parce qu'il est guide-interprète, que pour ce qu'il est. Étant dépositaire de sa culture, aux yeux de ce dernier, l'interprétation qu'il en donne fait figure de vérité. Et là réside, de notre point de vue, l'une des raisons pour lesquelles les touristes n'ont pas tendance à diversifier leurs sources d'informations sur un même produit ni à questionner ces informations. En outre, comme bien souvent les visites sont restreintes dans le temps et que les touristes veulent amasser le plus de connaissances possibles, une fois l'information obtenue, ils passent à un autre objet ou sujet. De fait, à l'exception de l'un d'entre eux sur lequel nous reviendrons, aucun des touristes interrogés ne savaient que le capteur de rêves n'a pas la même signification pour tous les Amérindiens.

Dans un même temps, la perception des touristes à l'encontre du capteur de rêves est aussi diversifiée. Tout d'abord, rappelons-le, divers services existent chez les Hurons autour du capteur de rêves. En outre, d'une part, les connaissances et les représentations relatives au capteur de rêves ne sont pas homogènes chez les travailleurs touristiques amérindiens et, d'autre part, ces derniers n'ont pas tous le même rapport à cet objet. L'importance symbolique qu'ils accordent au capteur de rêves donne alors une coloration particulière à l'interprétation qu'ils en font. De fait, bien que des récurrences apparaissent, la perception que les touristes ont du capteur de rêves varie en fonction des informations qu'ils reçoivent, de l'expérience plus ou moins poussée qu'ils vivent vis-à-vis de cette tradition et du ou des travailleurs touristiques rencontrés. Mais leur

perception peut également varier en fonction de leur démarche touristique.

Pour les touristes qui sont dans une démarche spirituelle personnelle, le capteur de rêves a une grande importance pour les Amérindiens. Alors certes, cette perception pourrait s'expliquer par les informations qu'ils reçoivent et celles qu'ils ne reçoivent pas au sujet de cette tradition. Néanmoins, seuls les touristes en quête de spiritualité l'ont exprimé. Cela tend à penser que la raison de cette représentation finalement, réside ailleurs. Parmi les partisans de celle-ci figure un touriste québécois rencontré à l'Hôtel-Musée. Il nous a expliqué qu'il était passionné par la spiritualité amérindienne et aussi qu'il avait offert un capteur de rêves à sa compagne afin qu'ils aient « les meilleures énergies possibles dans le lit conjugal ». Il est, en outre, le seul de cette enquête à avoir évoqué le fait que le capteur de rêves a plusieurs significations pour les Autochtones :

(...) je sais que les Amérindiens accordent une grande importance à ce capteur de rêves là. Parce que si je comprends à l'intérieur des communautés amérindiennes, le capteur de rêves c'est ce qui peut bloquer les énergies négatives, dans leur entrée dans un domicile, une chambre, une pièce quelconque. Mais en même temps accueillir les énergies positives de sorte qu'on se sente beaucoup mieux. Mais les significations du capteur de rêves sont assez plurielles. Mais pour l'essentiel elles se ramènent à celle que je viens de dire à la lumière de ce que moi j'ai appris en allant de communautés amérindiennes en communautés amérindiennes.(...)C'est joli, puis c'est fascinant, c'est intrigant. Puis y'a le côté mystérieux du capteur de rêves. Mais si on va au-delà du mystère, du côté mystérieux, on peut rentrer dans une dimension plus mystique du capteur de rêves, plus chamanique je dirais du capteur de rêves. Et là ça devient de mon point de vue plus fascinant. Mais là la difficulté qu'on a même avec les Amérindiens mais surtout avec les guérisseurs c'est d'arriver dans cette dimension, parce que c'est pas des gens qui parlent beaucoup, beaucoup, beaucoup, les Amérindiens en général et les guérisseurs, les hommes ou femmes médecines, peu importe les appellations. (Entrevue 21, décembre 2008)

Cet homme perçoit donc que le capteur de rêves a plusieurs significations chez les Amérindiens, néanmoins à ses yeux elles sont toutes d'ordre spirituel. D'autre part, la

dimension « chamanique » du capteur de rêves est-elle difficile à appréhender car les Amérindiens sont peu enclins à en parler ou parce que l'usage de ce dernier par les chamans constitue une interprétation contemporaine ? Le mystère demeure. Néanmoins, de notre point de vue, ce témoignage illustre la façon dont l'imaginaire des touristes peut influencer sur leur façon d'appréhender et d'interpréter les informations qu'ils reçoivent et les expériences qu'ils vivent. Cette représentation qui consiste à penser que le capteur de rêves a une « grande importance » pour les Amérindiens ne jouerait-elle pas finalement un rôle dans le processus de réappropriation de l'objet et de la croyance en son pouvoir ? Ne légitimerait-elle pas l'efficacité symbolique du capteur de rêves au regard de la fonction spirituelle/thérapeutique que ces touristes lui prêtent dans *leur* quotidien ?

Les discours des touristes qui sont en quête uniquement de connaissances et d'expériences révèlent qu'ils appréhendent, quant à eux, les informations qu'ils reçoivent autrement. Par exemple, à la question « qu'est ce que signifie pour vous un capteur de rêves ? », ces derniers ne nous ont pas expliqué *leur* interprétation de l'objet mais nous ont *restitué*, avec une volonté apparente d'exactitude, les informations qu'ils avaient reçues lors de leur visite. Leur démarche et, par extension, leur approche de l'information semblent ainsi en quelque sorte plus « neutre » que celles des touristes en quête de leur propre spiritualité.

Toutefois, sur ce propos, la nuance est de rigueur car, nous allons le voir à présent, quelle que soit la démarche des touristes, celle-ci influe à plusieurs niveaux sur leur perception à l'égard de la touristification du capteur de rêves à Wendake.

4.6.3 Les touristes et la touristification du capteur de rêves

En ce qui concerne la touristification du capteur de rêves, les données ont tout d'abord révélé que l'information donnée par le secteur touristique favorise une homogénéité de perceptions chez les touristes. Dès lors qu'il est présenté et, de fait, perçu comme un objet amérindien, la légitimité de sa commercialisation et de sa mise en tourisme *chez* les Amérindiens est un fait entendu et évident pour les touristes. A titre d'exemple, voici ce que nous a dit une touriste¹ française au sujet de l'abondance de l'offre en matière de capteur de rêves à Wendake : « Oui ici c'est normal. On est quand même chez eux. Ils ont ça depuis...t'en a dans toutes les maisons. ».

En revanche, la perception des touristes varient, là encore, en fonction de l'expérience vécue et des motivations. Dans un souci de clarté, nous allons donc étayer les perceptions et opinions recueillies dans le prisme de ces facteurs agissants.

4.6.3.1 Le facteur « expérience »

Questionner des touristes ayant un vécu différent vis-à-vis du produit « capteur de rêves » a permis de mettre en lumière comment l'expérience influe sur la perception qu'ils ont de l'offre en la matière et des raisons de sa mise en tourisme à Wendake.

Rappelons-le, nous avons eu l'occasion de partager un séjour dans le site touristique situé à proximité de Wendake avec une Française voyageant seule et un

¹ Entrevue 15, décembre 2008.

groupe de cinq personnes composé d'une Québécoise vivant en Ontario, son mari anglophone et une de leurs amies, française, et ses deux enfants. L'anglophone nous a d'ailleurs expliqué avoir organisé ce séjour de 24h dans ce lieu pour leur faire plaisir car il sait que les Européens sont très attirés par les cultures amérindiennes. Comment s'est déroulée l'expérience touristique avec le produit « capteur de rêves » de ces « visiteurs », comme les appellent le gérant du site¹ et sa guide-interprète² ?

Tout d'abord, il convient de mentionner que ce site est en pleine nature et à l'extérieur de la maison principale, située à flanc de montagne et perdue dans le bois, un troupeau de chiens de traîneau monte la garde. Chaleureuse, accueillante et décorée de toutes sortes d'objets, amérindiens ou non, elle donne la sensation d'être dans un foyer familial amérindien. C'est à l'issue d'un dîner-causerie convivial et jovial - où au gré des questions, nos hôtes ont abordé différents thèmes relatifs à l'Histoire et aux cultures amérindiennes – que nous sommes montés à l'étage, sur le palier, où sur deux tables sont posés toutes sortes d'objets amérindiens et, sur la rambarde de l'escalier, des peaux de différents animaux sont suspendues. Chacun a pu, à loisir, manipuler ces objets qui nous étaient montrés et interprétés, poser des questions et s'il le souhaitait acheter les objets de son choix. Parmi ces objets figurerait le capteur de rêves.

Lors des entretiens ces quatre touristes nous ont tous rapporté avoir beaucoup apprécié leur séjour dans ce site. Les raisons données ont essentiellement trait à l'authenticité et à la simplicité de la rencontre et des échanges vécus, à la possibilité de réellement communiquer avec des Amérindiens, ou encore au fait, qu'à leurs yeux, leurs

1 Travailleur touristique n° 2

2 Travailleur touristique n° 4.

hôtes voulaient davantage leur enseigner leur culture que faire de l'argent. Ce séjour a d'ailleurs changé la perception que la Québécoise avait des raisons du développement touristique du capteur de rêves :

J'étais pas certaine, jusqu'à temps qu'on vienne ici puis qu'on parle un peu à [le gérant du site]. Parce que je savais pas si c'était pas l'attrait touristique. Parce que tu sais y'a des boutiques qu'on voit dans le vieux Québec, c'est vraiment touristique et on a parfois l'impression que c'est juste pour faire de l'argent. Mais ici j'ai trouvé que c'était vraiment pour enseigner. Il voulait nous enseigner des choses amérindiennes. Pourquoi ils font les choses et l'Histoire des Amérindiens. J'ai vraiment trouvé ça très bien. Puis j'espère que le tourisme ça va être pour ça et pas juste pour faire de l'argent. Comme dans le vieux Québec maintenant c'est rendu très touristique. C'est juste pour faire de l'argent, c'est pas la même chose. (...) Alors j'espère que le tourisme ça va être plus pour enseigner que pour faire de l'argent et nous faire acheter des p'tites choses. (Entrevue 17, décembre 2008)

Bien qu'elle trouve cela « touristique », cette Québécoise estime tout de même que la vente de capteur de rêves dans des boutiques est une bonne chose car cela permet d'éveiller la « curiosité » des gens pour les Amérindiens et leur donne la possibilité de poser des questions. Or, de son point de vue, cela permet de découvrir la « vraie histoire » des Amérindiens, celle qui ne leur est pas enseignée ou, selon elle, toujours uniquement du point de vue des « Blancs ». Et, cela est important à ses yeux car pour elle, les Amérindiens c'est « la base du Canada » : « c'est les Européens qui ont fait le Canada, mais vraiment les Amérindiens étaient déjà ici, donc c'est eux vraiment les Canadiens » nous a-t-elle dit.

Voici ce que nous a dit la Française qui accompagnait cette Québécois et qui, en outre, avait eu l'occasion durant sa visite de Québec et Montréal, de voir des capteurs de rêves dans les boutiques :

Moi c'est pas que pour les capteurs de rêves, c'est la question que je posais hier à [le gérant du site], c'est que tout ce qui est produits issus des Indiens, ça devrait

être vendu uniquement par les Indiens. Bon je sais bien qu'on a pas trop le choix qu'il y ait des circuits pour permettre de les vendre, mais le problème c'est qu'on sait pas où l'argent va. Je trouve que des fois y'a trop de ces choses là, j'aime beaucoup c'est très joli, mais je trouve que y'en a trop, que c'est trop commercialisé et ça a pu l'impact que ça devrait avoir. [Qui est quoi? L'impact que ça devrait avoir ?] Bah par exemple l'impact que ça a du capteur de rêves, je pense qu'il y a des gens qui achètent ça et qui savent même pas ce que ça veut dire. Et plein d'autres objets indiens que les gens achètent et qui savent même pas ce que ça veut dire. C'est vrai que c'est trop, je sais pas si le mot existe, mais c'est trop « touristifié ». Je sais pas si tu vois ce que je veux dire. Ici, là dans le cadre où on est actuellement c'est beaucoup mieux parce que c'est mieux expliqué et je pense que les gens si ils achetaient ces choses là, ces objets là, dans des sites comme là, ils l'achèteraient avec plus d'explication, plus de sens à l'objet qu'ils achèteraient. Et ça serait plus facile pour après, par rapport à la signification que ça a, de bien l'utiliser. (Entrevue 16, décembre 2008).

Cette Française perçoit elle aussi clairement l'enjeu économique de la touristification du capteur de rêves et, à l'évidence, se soucie que les profits qui en découlent aillent aux Amérindiens.

Le mari de la Québécoise perçoit quant à lui, le tourisme comme un moyen pour les Amérindiens de sensibiliser les autres cultures à la leur dont, de son point de vue, les Occidentaux ont beaucoup à apprendre. Il estime, en outre, que leur culture n'a pas changé malgré la présence des « Blancs » et leurs tentatives pour essayer de les changer. Concernant le capteur de rêves, il trouve qu'il est devenu quelque chose de trop commercial, « it's a tourist thing » a-t-il ajouté, mais à ses yeux ce ne sont pas les Amérindiens mais les « Blancs » qui l'ont trop commercialisé. Celui que la guide leur a montré en revanche, est pour lui un authentique capteur de rêves, « the original ». Une question se pose alors. Aurait-il eu cette perception si, au lieu d'aller séjourner dans ce site, il avait visité Wendake et ses boutiques d'artisanat ?

A l'issue de leur visite, qui comprenait une interprétation du capteur de rêves, nous avons interrogé quelques touristes français dans la boutique Le Huron du site OnhoüA Chetek8e et voici quelques extraits de ce qu'ils nous ont dit au sujet de ce produit :

C'est quelque chose que j'ai découvert avant par une amie. Et, depuis que je sais qu'on allait venir ici, je voulais en prendre un, même si c'est touristique, je voulais en prendre un qui vienne d'ici. (Entrevue 26, décembre 2008)

C'est plus commercial qu'autre chose, après bon je pense que tout devient commercial hein. (...) Faut bien qu'ils vivent de quelque chose alors pourquoi pas. Ça nous permet nous aussi d'apprendre leur culture. (Entrevue 25, décembre 2008)

Je pense que tout se commercialise aujourd'hui, aussi bien les croix pour les catholiques que les capteurs de rêves pour les chamans. (Entrevue 27, décembre 2008)

Ces propos et l'usage des expressions « commercial », « touristique » sont significatifs. Pour la plupart des touristes rencontrés dans des boutiques, les raisons de la touristification du capteur de rêves à Wendake sont essentiellement économiques. Cette perception ne serait-elle pas liée au contexte ?

A l'instar du site OnhoüA Chetek8e, sa boutique a un cachet amérindien comme l'illustre la photographie¹ suivante. Comme dans les autres boutiques du village, le décor intérieur est amérindien, les produits qui y sont vendus sont amérindiens et souvent les vendeurs le sont aussi. Ce que toutefois les touristes ne saisissent pas toujours, à moins que leur soit expliqué qu'en raison de l'Histoire les Hurons sont très métissés.

1 Source : site internet du site OnhoüA Chetek8 : www.huron-wendat.qc.ca

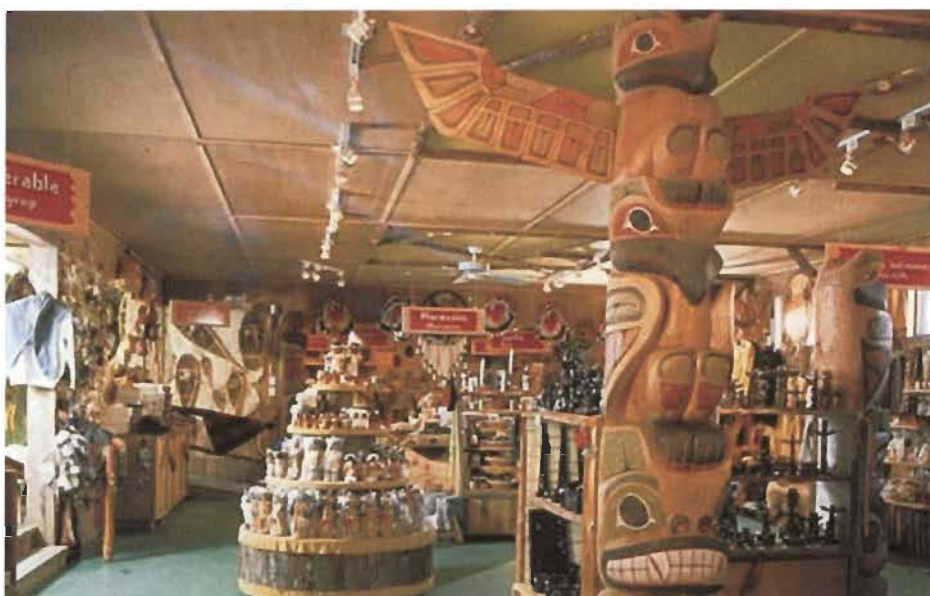


Figure 9 : Photographie de la boutique Le Huron, Wendake.

Est-ce pour autant une expérience particulièrement exotique d'aller dans une boutique de Wendake ? Finalement, c'est en tout point pareil à n'importe quelle autre boutique ou point de vente occidentaux. Divers produits sont disposés sur des tablettes et accrochés aux murs. Un vendeur est présent pour répondre aux éventuelles questions. Les prix sont affichés. A la caisse sont proposés les traditionnels stylos, marques-pages et gadgets en tout genre vendus à bas prix. Le paiement peut se faire par carte bancaire, chèque ou espèces et l'on repart avec les produits que l'on a achetés dans un sac à l'effigie de la boutique. Nul doute que l'Européen avide de tepees, de grands espaces et de trocs d'objets au coin d'un feu, à la façon de Kevin Costner dans *Danse avec les loups*, ressorte de là quelque peu déçu...

Dans la boutique du site OnhoüA Chetek8e, nous avons d'ailleurs entendu un touriste français dire à l'un de ses compatriotes sur le point d'acheter un capteur de rêves: « T'as vérifié si c'était pas marqué « Made in Taïwan » ? ». Ne serait-ce pas ce

décor occidental et ce contexte commercial qui a conduit ce touriste à faire cette réflexion ? Aurait-il perçu cet objet amérindien comme un produit probablement importé d'Asie s'il lui avait été proposé, non pas dans cette boutique, mais dans la petite pièce chaleureuse et conviviale du site touristique précédent ?

Ce touriste n'a pas été le seul à remettre en question la provenance et par là même l'authenticité des capteurs de rêves, puisque rappelons-le, pour les touristes, pour être authentique un capteur de rêves doit être fait par un amérindien dans une communauté. Voici ce que nous a dit à ce sujet la jeune Française venue spécialement à Wendake pour en acheter un et pour qui il « représente les Amérindiens » :

C'est bien pour eux [de vendre des capteurs de rêves] mais est-ce que l'industrialisation va pas les écraser justement ? Parce que le fait de faire beaucoup de capteurs de rêves, si ça vient pas de chez eux, le vrai artisanat est-ce que ça pas le gâcher ? Parce qu'un capteur de rêves industriel il va peut être coûter 10 fois moins que le vrai. Et l'industrialisation autour de ça je suis pas sûre que ce soit forcément très bon. [Est-ce que c'est pour ça que tu voulais vraiment acheter un capteur de rêves ici?] Oui. Parce que pour moi comme je te disais tout à l'heure ceux qu'on voit chez nous pour moi c'est juste une image. Il a pas d'histoire, il a pas...Maintenant je pense que les boutiques ici comme elles sont à côté elle connaissent l'histoire, peut être que la façon de le faire c'est vraiment la façon dont les Indiens le font. Plus qu'une machine qui ne le fera pas ...c'est peut être dans ma tête. (rires) On peut pas savoir. Y'a plein de choses comme ça. Tu vas toujours dans des endroits à touristes où on va te dire « si si c'est fait par des Indiens, c'est fait main ». Soit t'y crois ou alors tu te laisses berner. (Entrevue 20, décembre 2008)

Ces propos ne renvoient-ils pas à l'analyse constructiviste de l'authenticité ? N'illustrent-ils pas que celle-ci relève pour les touristes d'une interprétation de l'expérience vécue, mais également d'une négociation ? « Soit t'y crois ou alors tu te laisses berner »...

Ces propos illustrent aussi que certains touristes perçoivent l'impact que peut avoir la concurrence non-autochtone sur l'authenticité des « vrais » produits autochtones. Nous avons d'ailleurs constaté que de plus en plus de touristes sont soucieux de savoir que leurs dépenses profitent aux artisans plutôt qu'aux industriels, et ce phénomène nous apparaît étroitement lié à l'émergence du commerce équitable et la médiatisation actuelle de l'idée de « consommation responsable ».

Au-delà de l'enjeu économique, cette jeune femme estime également que les Amérindiens ont développé le produit capteur de rêves parce qu'il a « des bienfaits » et qu'il « représente un peu l'artisanat et les différentes manières de travailler ». L'opinion de son mari va un peu dans le même sens : « Pour nous faire voir un peu ce qu'ils font, leur culture, pour nous apprendre leur culture. Pour développer leurs produits »¹. Or, ces perceptions semblent là encore étroitement liées à leur expérience touristique. En effet, ces derniers ont eu l'occasion lors de leur visite dans sa boutique de rencontrer un artisan² amérindien. Il les a conduit dans son atelier, leur a montré les techniques artisanales de fabrication du capteur de rêves et de quelques autres objets, et a répondu à leurs questions. Si les touristes que nous avons rencontrés à la boutique du site OnhoüA Chetek8e avaient eux aussi eu l'occasion de rencontrer et d'échanger avec un artisan amérindien, leur perception des enjeux de la touristification du capteur de rêves aurait-elle été uniquement d'ordre économique?

1 Entrevue 19, décembre 2008.

2 Travailleur touristique 3 : celui qui fait de l'artisanat par passion et pour sauvegarder le patrimoine de ses ancêtres.

En fonction des activités pratiquées et du cadre dans lequel celles-ci ont lieu, la perception des touristes vis-à-vis de la touristification du capteur de rêves varie donc fortement. Certains perçoivent uniquement l'enjeu économique, d'autres également un désir chez les Amérindiens d'enseigner leur culture. Toutefois, ce désir semble être davantage envisagé comme une volonté de partager leur culture. En effet, un seul touriste, sur lequel nous allons revenir, a mentionné les enjeux sociaux, culturels et politiques internes de ce désir. Et la raison repose, semble-t-il, dans le fait que les motivations touristiques des touristes influent sur leur façon d'interpréter les informations reçues et les expériences vécues.

4.6.3.2 Le facteur « motivation »

A l'égard de la touristification du capteur de rêves, les touristes qui sont dans une démarche spirituelle personnelle ont exprimé des opinions et des perceptions non seulement similaires, mais également différentes des autres touristes.

Après son séjour au site reculé en notre compagnie, la touriste française possédant de nombreux capteurs de rêves s'est rendue dans une boutique de Wendake, et c'est à l'issue de sa visite que nous l'avons interrogée. Qu'a-t-elle pensé de l'offre pour ce produit et quelle est sa perception des raisons pour lesquelles les Amérindiens l'ont développé ?

C'est un peu trop je trouve. Oui parce que je pense y'a beaucoup de touristes ils en font pas le même cas que ceux qui s'intéressent vraiment aux Amérindiens en

font. Ils achètent ça, allez bon c'est un souvenir, alors que ça a quand même ça a une importance quand même, enfin je sais pas si on peut dire la religion chez eux. Ouais, c'est dommage. Ça, comment je peux dire, ça lui enlève un petit peu de ...ça le dé...y'a un terme tu sais. [Démystifie?] Oui voilà. Là la boutique j'en ai vu mais des centaines, des centaines. (...) Bah peut être pour nous enseigner leur culture. Je vois pas trop. Je me suis jamais posée la question. Parce que pour eux ça a tellement d'importance que peut-être ils veulent nous le faire partager. (...) [Penses-tu que la vente de capteurs de rêves dans les boutiques ça permet aux touristes d'en comprendre le sens?] Pas pour tous. Comme je te disais tout à l'heure je pense y'a des gens qui s'en foutent complètement. Pour eux c'est un cadeau comme un autre. Faut vraiment s'intéresser à leur culture.(Entrevue 15, décembre 2008)

Voici ce que nous a dit un touriste français rencontré à la boutique du site OnhoüA Chetek8e pour qui le capteur de rêves symbolise « la tranquillité pour nos nuits et un peu la spiritualité » et qui a souhaité en acheter un dans cet endroit « même si c'est touristique » :

C'est trop, ça ressort de son contexte, ça ressort de sa fonction principale. Je suis pas trop pour tout ce qu'est...comment dire...pour que ça devienne banal. Ça perd l'histoire du produit, ça devient juste un objet de décoration en fait. [Et qu'est ce que tu perçois des raisons pour lesquelles les Autochtones ont développé ce produit ?] Ça je saurais pas dire. (Entrevue 26, décembre 2008)

En somme, ces touristes déplorent que le capteur de rêves soit devenu chez les Amérindiens un produit touristique, qu'il soit abondamment commercialisé et dérivé, et dans un même temps, l'enjeu économique *semble* leur échapper. Que se trame-t-il derrière cette ambivalence ? Ne serait-ce pas le fameux déni des caractéristiques marchandes du tourisme ? De la même manière que l'abondance de l'offre en matière de capteurs de rêves le « démystifie » ou le « banalise » aux yeux de ces touristes, l'idée que les Amérindiens puissent avoir développé ce produit à des fins économiques ne risquerait-elle pas d'altérer la représentation qu'ils ont d'eux et de cet objet et, par là même, de la croyance qu'ils prêtent en son pouvoir ?

A l'instar de cette même touriste française, lorsque nous avons abordé la touristification du capteur de rêves chez les Amérindiens avec le Québécois passionné par la spiritualité amérindienne, ce dernier a lui aussi abordé la démarche des touristes vis-à-vis de ce produit. En revanche, il a exprimé une perception différente au sujet des raisons de ce phénomène :

Beaucoup d'éléments spirituels sont devenus des produits touristiques. En ce sens le capteur de rêves n'y échappe point. Et puis, je dirais que le capteur de rêves par rapport au volet commercial a une plus valu si on le met en rapport avec d'autres en ce sens que visuellement il est attrayant. (...) Bah c'est le produit qui s'achète le mieux, qui s'offre facilement en cadeau aussi bien par un Blanc, par un Jaune ou par un Rouge. Mais l'intérêt c'est de saisir la dimension spirituelle du capteur de rêves. [Vous voulez dire pour l'acheteur?] Non pour l'acheteur c'est pas une préoccupation qu'il a dans 99% des cas, non c'est uniquement un objet décoratif et c'est un bel objet décoratif. (...) [Je voudrais revenir sur votre perception des raisons pour lesquelles les Autochtones ont développé le capteur de rêves dans le tourisme.] Bah c'est parce qu'il y a une excitation visuelle. Y'en a pas d'autres. C'est pas pour une question de spiritualité. Mais cette dimension peut s'ajouter à la première. Mais je dirais qu'elle est rarement présente. Parce que ici ou ailleurs, si on regarde les gens qui achètent des capteurs de rêves. Je suis très gentil, très docile à leur côté et je les écoute, je les regarde regarder. Et effectivement la dimension ou la profondeur spirituelle n'est pas du tout mise en avant. Sauf si par accident on se retrouve avec des gens préoccupés par la spiritualité amérindienne ou par leur propre démarche spirituelle. (Entrevue 21, décembre 2008)

En amont de cette déconsidération finalement, pour ces touristes qui ne se « préoccupent » pas de la dimension spirituelle du capteur de rêves ou qui ne « s'intéressent pas vraiment aux Amérindiens », n'y aurait-il pas un désir de se différencier de ces derniers ? Ne serait-ce pas le fameux mépris du touriste qui s'exprime ici ? Ne serait-ce-pas également une façon d'attribuer la responsabilité de la transformation de cet objet spirituel amérindien, cher à leurs yeux, en un produit touristique à ces *autres* touristes et non aux Amérindiens ?

A l'Hôtel-Musée de Wendake, nous avons rencontré et interrogé un Français résidant au Québec depuis 35 ans venu pour y découvrir le Musée récemment ouvert. Durant l'entretien, il a exprimé une perception de la démarche des personnes qui achètent des capteurs de rêves de notre point de vue tout à fait pertinente :

Ce qui compte c'est ce que la personne qui l'achète imagine de son pouvoir ou de sa fonction. Je pense que les gens qui achètent des choses comme ça sont dans une démarche quasi-spirituelle. Et la question et la réponse, la démarche et le résultat se passent entre les deux oreilles, dans le conscient et dans l'inconscient. (Entrevue 23, décembre 2008)

Les motivations et les attentes dont est chargée la démarche de ces touristes en quête de leur propre spiritualité semblent ainsi être partie prenante dans la construction de leurs représentations à l'égard de sa touristification chez les Amérindiens. Et plus cette démarche relève d'une quête de soi, plus les attentes qui l'animent sont d'ordres identitaires, plus leur influence semble grande.

Les touristes qui sont dans une quête de connaissances et/ou d'expériences ont une façon d'appréhender les informations d'une certaine manière plus « neutre », comme nous l'avons évoqué. Toutefois, plusieurs questions méritent ici d'être posées.

Tout d'abord, pourquoi le décor dans lequel le produit « capteur de rêves » leur est proposé est-il partie prenante dans la construction de l'authenticité que les touristes lui attribuent ? La réponse ne résiderait-elle pas dans le décalage entre l'authenticité imaginée et désirée par les touristes et la réalité qu'ils découvrent ?

Comme nous le savons, le folklore amérindien constitue l'*Ailleurs* exotique que les touristes désirent retrouver en venant à Wendake pour mieux se (re)trouver. Mais

que trouvent-ils à Wendake ? Des rues, des voitures, des maisons et des boutiques similaires aux leurs. Venu dans l'espoir de rencontrer « l'Indien à plumes » qui habite son imaginaire, c'est finalement *presque* un semblable que le touriste découvre. Un être qui vit comme lui, s'habille comme lui, travaille comme lui pour gagner sa vie et, dans le cas des Hurons-Wendats, qui même bien souvent lui ressemble physiquement. La culture occidentale à laquelle il voulait échapper le rattrape. Finalement, de la même façon que le succès du capteur de rêves auprès des touristes résulte de sa connivence avec leur imaginaire à l'égard des Amérindiens, la désillusion que le *produit touristique* « capteur de rêves » suscite chez eux, résulte de son antagonisme avec ce même imaginaire.

Par ailleurs, pourquoi certains touristes *expliquent*-ils le phénomène de touristification du capteur de rêves chez les Amérindiens par le fait que « tout se commercialise aujourd'hui »¹ ? Que se trame-t-il derrière cette interprétation ? Pourquoi alors même qu'il a été expliqué à tous les touristes interrogés que les Hurons-Wendats forment « le peuple du commerce », aucun d'entre eux n'a relié la forte activité commerciale de Wendake à cette caractéristique culturelle et historique huronne ? Cela pourrait s'expliquer par leur passivité face à l'information, par le fait que saisir la portée des distinctions entre nations peut s'avérer difficile, mais cela ne résulterait-il pas également de ce qu'*induit* le décalage entre ce qu'ils recherchent en venant à Wendake et ce qu'ils y trouvent ?

Les touristes qui arrivent chargés de représentations anachroniques des

1 Entrevue 27, décembre 2008.

Amérindiens découvrent une réalité qui certes peut les amener à être déçus, mais qui aussi, de notre point de vue, bouscule leur canevas de références à leur égard. Ils ne sont pas tels qu'ils le pensaient. Ils ne vivent pas tels qu'ils se l'imaginaient. Contraints à devoir changer ce canevas afin de rendre la réalité qui les entoure à nouveau intelligible et cohérente, et par là même rassurante, ils l'actualisent et ce, à partir de leurs propres référentiels: « tout se commercialise aujourd'hui », « voir des *vrais* Indiens, entre guillemets hein, ça doit être très dur », « les *vrais* Indiens n'existent plus ». Et, ainsi, sans le savoir, ni le *vouloir*, ces touristes passent à côté de ce qu'ils sont venus chercher et ôtent à l'Amérindien à la fois son amérindianité et son statut d'acteur-décideur de son propre avenir : si les Amérindiens ont commercialisé leur capteur de rêves, c'est parce qu'ils ont été occidentalisés... En outre, il est fort probable que le discours des travailleurs touristiques qui, comme nous le savons, ont tendance face à ces touristes à revendiquer leur « modernité », renforce, voire entérine, ce type d'interprétation.

L'occidentalisation du mode de vie des Amérindiens est ce qui semble marquer le plus les touristes, en particulier européens, lorsqu'ils visitent des communautés pour la première fois. Souvent, leurs questions visent implicitement à savoir si tous les Amérindiens vivent comme des Occidentaux, telle que par exemple : « Existe-t-il encore des Indiens qui habitent dans des tepees ? ». De même, leurs discours sont souvent teintés de nostalgie, de tristesse, de compassion, voir de révolte à l'égard de ce que *ce* peuple a subi. A titre d'exemple, à l'issue de l'entretien, la française fascinée par la spiritualité amérindienne nous a confié être profondément peinée par le fait, qu'à ces yeux, les Indiens ont perdu beaucoup de leur culture. Ce type de discours nous a

toutefois semblé plus courant chez les Européens que chez les Nord-Américains. Ces derniers, à l'image de l'anglophone évoqué précédemment, ont plutôt tendance à exprimer de l'admiration et de la fascination pour ces peuples qui ont su, malgré la colonisation et la modernisation, garder leurs traditions et leurs savoir-faire.

Cette différence de perceptions entre Européens et Nord-Américains s'explique, de notre point de vue, par le fait que ces deux groupes ont des représentations divergentes à l'égard des Premières Nations, entre autres en raison de l'image qu'en donnent leurs médias respectifs. Tandis que les premiers pensent, ou tout du moins espèrent, découvrir le mode de vie traditionnel des Indiens, les seconds savent que celui-ci a profondément changé. Mais finalement, dans un cas comme dans l'autre, leur référentiel initial oriente leur façon d'appréhender les informations qu'ils reçoivent et les expériences qu'ils vivent. Les premiers portent leur regard davantage sur les pertes culturelles, les seconds sur les survivances, mais ni les uns ni les autres ne semblent percevoir au final le renouveau culturel amérindien. S'ils vivent des échanges plus poussés avec des Amérindiens en quête de revalorisation culturelle, ils perçoivent éventuellement au-delà de l'enjeu économique de la touristification du capteur de rêves une volonté d'enseigner la culture. Volonté que certains associent volontiers à la valeur du partage chez les Amérindiens qu'ils *désiraient* retrouver en venant chez eux. Et même lorsqu'ils perçoivent que ce phénomène revêt d'autres enjeux, ce prisme à partir duquel ils appréhendent la réalité autochtone, construit sur une dialectique opposant tradition/survivance et modernité/perte, semble en orienter le sens qu'ils y donnent :

Ce que je perçois, ce que je suppose en tout cas parce que je n'en ai pas connaissances réelles, c'est que ces personnes là ont un double objectif. D'abord

de faire mieux connaître leur réalité culturelle pour en tirer d'une part des moyens économiques de subsistances, gagner leur vie, mais aussi partant du principe que s'ils sont inconnus ils n'ont aucun poids politique. Donc s'ils existent, ils ont comment dire une caisse à savon sur laquelle ils peuvent monter pour parler et être entendus. Donc ils veulent se faire connaître. Peut être est-ce aussi ce réflexe d'appel à l'aide en disant nous allons disparaître et on voudrait prolonger, prolonger notre existence au-delà des dimensions réelles de notre population. On veut prolonger notre existence en mettant quelque chose de tangible, en écrivant des choses, en produisant, en écrivant l'Histoire. (Entrevue 23, décembre 2008)

Ce touriste français est le seul de cette enquête à avoir évoqué les enjeux culturels et politiques de la touristification du capteur de rêves. La raison repose à priori dans sa connaissance de la réalité autochtone du Québec. En effet, ce Français est celui qui vit depuis 35 ans dans la Province et il s'intéresse depuis longtemps aux Autochtones. Il nous a d'ailleurs dit être venu à Wendake « des centaines de fois ». Dans un même temps, il perçoit tout de même le tourisme autochtone comme le dernier souffle de vie d'un peuple et d'une culture voués à disparaître...

Finalement, bien que les touristes viennent avec le désir de mieux connaître les Amérindiens et *leur* culture, les images d'Épinal qu'ils en ont et qui constituent les fondements de ce désir, orientent leur regard et leur façon de regarder. Le décalage qu'ils repèrent entre cet imaginaire et la réalité devient partie prenante dans les interprétations qu'ils font de celle-ci. Dès lors, les représentations qu'ils construisent, prisonnières de ce jeu de regards sur Soi et sur l'Autre, fondateur et central dans la rencontre entre eux et les Amérindiens, échappent difficilement à l'ethnocentrisme.

Pour conclure, les touristes perçoivent le capteur de rêves comme un objet spirituel ancestral amérindien et décodent sa touristification soit comme un signe de leur

occidentalisation soit, également ou exclusivement, comme l'expression d'un désir de partager leur culture et éventuellement les bienfaits thérapeutiques de cet objet. Le renouveau culturel amérindien dont ce phénomène résulte et qu'il nourrit, ainsi que le rôle qu'ils y jouent, leur échappent. Et ce, à priori, en raison de l'effet conjoint du caractère partiel et orienté de l'information fournie, de la durée restreinte de leur immersion dans la réalité amérindienne contemporaine, de la ritualité et des codes de la rencontre touristique qui inhibent leur réflexivité et, de notre point de vue, renforce leur passivité face à l'information et, enfin, de l'ethnocentrisme et des enjeux identitaires qui habitent cette rencontre. Ainsi, en dépit du fait qu'elle diffère d'un individu à l'autre, en fonction de l'information reçue, de l'expérience vécue et des motivations, la perception des touristes à l'égard du capteur de rêves et de sa mise en tourisme demeure tout de même homogène dans la mesure où elle est limitée aux aspects expliqués par les Amérindiens et influencée par leur canevas de références et d'attentes à l'égard des Amérindiens et de *leur* culture.

Discussion générale

A l'instar d'autres recherches sur le tourisme autochtone (Iankova 2006, 2007, 2008 ; Hébert 2008 ; Gauthier 2008), la présente étude indique que ce secteur d'activités contribue au renouveau culturel amérindien actuel. La touristification du capteur de rêves à Wendake a, en effet, concouru à l'entrée des Hurons dans la modernité et a favorisé l'acquisition d'une autonomie économique, ainsi que la réappropriation symbolique de l'objet au sein de cette communauté. Or, au cours de ce processus spontané et « ordinaire », ajouterait probablement Hanson (1989, p. 899), le capteur de rêves a acquis un nouveau statut : celui d'emblème amérindien. Cette fonction répond à des besoins nouveaux étroitement liés à la dynamique de renouveau culturel, tels que : matérialiser le « retour aux sources », affirmer son appartenance aux Premières Nations, afficher une fierté identitaire ou, encore, revendiquer une survivance culturelle. Corroborant ainsi l'analyse de Lanfant (1994), cette étude de cas illustre que l'activité touristique peut indirectement interférer dans la construction de nouveaux emblèmes et marqueurs identitaires qui servent le renouveau culturel local.

Cette étude révèle aussi que le développement touristique n'est pas seulement un moteur de ce renouveau culturel, il en est également une résultante. En effet, bien que l'objectif premier du développement du produit « capteur de rêves » à Wendake ait été d'ordre économique, en intégrant les activités touristiques de la communauté, d'autres types d'enjeux s'y sont superposés. Commercialiser des capteurs de rêves artisanaux est ainsi perçu et vécu comme un moyen d'assurer des revenus à des artisans et

commerçants amérindiens, mais également de perpétuer une activité considérée comme ancestrale, à savoir l'artisanat et ainsi de protéger un savoir-faire. Vendre cet objet thérapeutique à des étrangers de passage est une façon à la fois de développer l'économie locale, de perpétuer les traditions amérindiennes du partage et de l'accueil et d'être acteurs du monde actuel. L'interpréter en racontant sa légende, son symbolisme ou encore sa dimension spirituelle à des touristes peut être à la fois une façon de promouvoir le produit « capteur de rêves », de valoriser la culture à l'extérieur et d'inciter les Amérindiens eux-mêmes, en particulier les jeunes, à s'y intéresser afin d'assurer sa pérennité. Dénoncer la concurrence extérieure en matière de capteur de rêves est à la fois une façon de protéger un marché afin d'en optimiser les retombées économiques et l'expression d'une affirmation identitaire collective. Ces dynamiques d'intégration à la modernité et d'affirmation identitaire, qui caractérisent le nouveau culturel huron, ont ainsi conjointement donné lieu *et* sens au phénomène de touristification du capteur de rêves à Wendake. Elles en habitent les étapes, en imprègnent les enjeux et, en un jeu savant de négociations et d'accommodements, elles s'entremêlent l'une à l'autre et se coproduisent.

Cette enquête révèle enfin que ce nouveau culturel n'est pas homogène. Si ce « retour aux sources », comme l'appelle les Amérindiens, semble avoir gagné en vigueur à Wendake, il demeure que cette dynamique n'a été embrassée ni par tous, ni par chacun de la même manière. Tous les Hurons-Wendats ne ressentent pas nécessairement le besoin ou l'envie de revenir vers leur culture traditionnelle, mais cela ne signifie pas qu'ils ne se considèrent pas comme Autochtones, Amérindiens *et* Hurons-Wendats - trois

strates identitaires qui coexistent et se coproduisent dans l'univers contemporain huron. Cela ne signifie pas non plus qu'ils ne sont pas enclins à revendiquer leurs spécificités au regard des autres Premières Nations et leurs différences au regard de la société dominante non-autochtone. Être Autochtone au Québec semble être en soi une réalité politisée quels que soient les fondements du lien d'appartenance. D'autres au contraire, veulent se réapproprier leur culture et leur histoire. A partir de différentes sources d'informations, à la fois orales et écrites, internes et externes, de différents objets amérindiens et de diverses pratiques, se (re)construisent *des* univers symboliques au travers desquels être Autochtone, Amérindien et Huron-Wendat prend un sens nouveau et variable. Et, comme l'illustre la pluralité de croyances, d'usages et d'interprétations du capteur de rêves dans cette communauté, l'imaginaire joue un rôle de premier plan dans ce processus et occasionne une diversité de relations à Soi sur le plan culturel et social. Cette diversité s'exprime également dans le développement touristique du capteur de rêves à Wendake. Le sens donné à ce phénomène et les façons de le mettre en œuvre ne répondent à aucun consensus au sein du secteur touristique, ni au sein de la population locale, où tous n'attribuent pas les mêmes vertus à ce phénomène ni n'expriment les mêmes opinions à son endroit.

A l'issu de cette recherche, notre analyse de cette diversité intrinsèque à la réalité huronne-wendat contemporaine, comme à son pendant touristique, nous conduit à penser que l'offre en matière de capteur de rêves à Wendake peut osciller du pôle « sincérité » (Taylor, 2001) au pôle « simulacre » (Lanfant, 1994; Michel, 2000) et, ce,

en fonction non pas du produit en lui-même, mais plutôt de l'individu qui le propose. Et en ce qui concerne la réception de ce produit chez les touristes, il nous apparaît que ce qui relève du « simulacre » peut être perçu par ces derniers comme de la « sincérité » et vice et versa. D'autre part, bien que le décalage existant entre authenticité imaginée et désirée et réalité, entre la demande et l'offre, peut occasionner une déception ou une désillusion chez les touristes, celles-ci n'empêchent toutefois pas la consommation de ce produit. La raison est que les touristes aussi procèdent à un jeu de négociations et d'accommodements avec le réel pour répondre à leurs besoins.

Ce double constat qu'il existe une réciprocité d'influence entre développement touristique et renouveau culturel autochtones et que ce dernier n'est ni vécu, ni perçu en interne de façon homogène, ouvre de nouvelles pistes d'analyse et de méthodes au regard de la recherche sur le tourisme autochtone.

La notion d'authenticité, qui est centrale dans le tourisme, l'est de fait, également dans la recherche. Mais cette notion est difficile à appréhender et à manipuler, en particulier dans le contexte autochtone. La raison étant que son attribution se construit au travers du *rapport* entretenu à la tradition et que, justement, ce dernier ne répond à aucun consensus chez les Autochtones, ni d'ailleurs chez les touristes. De notre point de vue, cette étude atteste que la quête d'une définition *stricto sensu* de la notion d'authenticité est ici vaine et nuit à la recherche. En revanche, l'étude des modalités de sa construction et de son attribution peut s'avérer particulièrement utile à la compréhension des manipulations dont les traditions font l'objet en soi et au travers de

la mise en scène touristique en particulier, des modalités de réception et de consommation de ces traditions par les touristes et, enfin, des dynamiques de ré-enracinement identitaire. A l'instar de Lemestrel (2004), nous estimons que la thèse de l'invention de traditions recèle pour ce faire une valeur heuristique riche et perspicace pour les sciences du tourisme. Toutefois, il convient de manier ce concept avec prudence afin de ne pas porter atteinte à la légitimité culturelle des populations étudiées, en particulier lorsque celles-ci sont entrées dans un processus d'affirmation identitaire et de décolonisation symbolique.

Il nous apparaît également que le postulat consistant à aborder le tourisme comme un système tripartite est utile et pertinent. Corroborant là encore l'analyse de Lanfant (1994), cette étude de cas montre en effet que le secteur touristique, la population locale et les touristes sont tous trois acteurs du fait touristique. Intégrer ces trois groupes à la recherche permet alors de mettre en lumière non seulement les attentes dont sont chargées leurs interactions réelles ou symboliques, mais également les négociations et stratégies mises en place de part et d'autre pour répondre à ces attentes.

Enfin, la pluralité de discours dont la Culture, l'Histoire et les traditions font l'objet dans l'univers autochtone actuel confère à l'échantillonnage d'une recherche une importance décisive au regard de ses résultats. Dès lors que l'on souhaite avoir recours à l'entrevue de recherche, il convient donc d'accorder une vigilance accrue à la composition de l'échantillon de population, ainsi qu'à la confrontation des données et des discours. Les populations autochtones offrent, en ce sens, un défi de taille aux chercheurs. En ces temps de turbulences, la problématique autochtone incite à repenser

les frontières du dedans et du dehors, voire à repenser la notion même de « frontière ». Pour être utiles à l'exercice critique de la pensée qui incombe au chercheur, les concepts chers aux sciences sociales que sont « la culture », « la tradition » et « l'identité » doivent donc être vidés de toute substance et idées reçues, car, dans le réel, elles sont malléables, nécessairement métissées et traversées d'altérité. Et l'objectif de la recherche n'est plus tant de notre point de vue, de rendre compte de leurs spécificités, mais bien davantage des mécanismes de leur production et de leur définition.

Enfin, pour conclure cette discussion générale, il convient d'éclairer les limites de la présente recherche. Tout d'abord, ayant été circonscrite à une seule des 55 communautés autochtones du Québec, la présente étude dresse un portrait du phénomène de touristification du capteur de rêves, de ses enjeux et des perceptions qu'en ont les différents acteurs en présence, à la lumière du contexte spécifique de celle-ci. Les résultats de cette enquête attestent que certains aspects de ce phénomène ont une coloration et une portée propres à l'histoire et à la culture de la communauté Huronne-Wendat de Wendake. De fait, si une partie des données qu'elle apporte sont transférables à des communautés d'autres Premières Nations, elles ne peuvent en aucun cas être généralisées à l'ensemble des communautés autochtones.

Par ailleurs, dans le cadre de la présente recherche, 27 entrevues ont été réalisées. Pour autant, il ne fait nul doute au regard des résultats de cette enquête, que celle-ci ne rend pas compte de toutes les perceptions et opinions existantes relatives au phénomène étudié. Les données recueillies ont permis de mettre en lumière quelques

tendances collectives, mais elles ont surtout révélées l'existence d'une pluralité de vécus et de points de vue. La participation à cette recherche d'ainés en désaccord avec l'apparition du capteur de rêves à Wendake, celle d'autres gérants de boutique, ou encore d'autres habitants, en particulier davantage de jeunes, auraient enrichi cette recherche et certainement permis de rendre compte d'une palette de possibles plus vaste. Cette limite s'applique également aux données relatives aux perceptions des touristes, dont en outre, l'analyse aurait certainement gagné en profondeur si les entrevues avaient pu être plus longues. Il n'est pas non plus exclu que notre statut d'étrangère ait biaisé les témoignages recueillis, ni que ces derniers aient pu être mal interprétés de notre part.

Enfin, il nous apparaît que la dimension d'intégration à la modernité n'a pas été suffisamment éclairée dans cette enquête. Les fondements et les modalités de l'adoption des logiques et des outils de l'économie moderne par le secteur touristique de Wendake auraient dû être davantage mis en lumière. De notre point de vue, réside là la limite la plus conséquente de cette recherche au regard de ses objectifs. Les origines de cette faiblesse sont doubles. Tout d'abord, une part importante des gérants et des employés de boutiques, qui étaient les acteurs les plus à même de mettre en lumière ces processus, n'ont pas voulu ou n'ont pas été autorisés à participer à cette recherche. D'autre part, nous avons sur le coup sous-estimé le manque de données causé par ces refus et manqué de réactivité. Nous regrettons à présent de ne pas nous être, par exemple, tourné vers des décideurs politiques de la communauté. Leurs témoignages se seraient certainement avérés utiles et pertinents.

Conclusion

Le tourisme autochtone du Québec est en pleine expansion depuis quelques décennies et, contrairement à bon nombre de tourisms ethnoculturels à l'échelle mondiale, celui-ci est parti d'initiatives internes. Les origines de ce choix de secteur d'activité sont étroitement liées à l'émergence d'un renouveau culturel autochtone. Concomitamment à leur entrée dans la modernité, qui implique entre autres des changements profonds dans leurs modes de subsistance, s'affirme chez ces populations un désir de (re)construire et revaloriser leur patrimoine culturel. Au regard de l'état préoccupant de leurs communautés, qui sont prises dans des problématiques socioéconomiques et identitaires lourdes de conséquences, ce renouveau culturel revêt des enjeux essentiels.

Le travail de recherche qui précède avait pour but d'éclairer les modalités d'influence entre développement touristique et renouveau culturel autochtones. Afin d'atteindre une lecture transversale et profonde de cette problématique, nous avons décidé d'avoir recours à l'étude de cas et d'appliquer celle-ci à un produit d'artisanat amérindien, en l'occurrence le capteur de rêves. Notre choix s'est arrêté sur cet objet pour deux raisons : d'une part, il constitue l'un des produits phares du tourisme autochtone et, d'autre part, ses origines étrangères soulevaient la problématique de l'authenticité qui, en matière de tourisme comme de renouveau culturel est essentielle. Notre démarche c'est faite en quatre temps.

Au travers d'une contextualisation historique, la première partie visait tout

d'abord à mettre en réciprocité de perspective le renouveau culturel et le tourisme autochtones. Puis, nous avons étayé les quelques connaissances existantes sur le capteur de rêves en soi et en tant que produit et avons dépeint sa place dans l'industrie touristique. Ont alors été présentées les dimensions phares de cette étude et la question de recherche : *En quoi la touristification du capteur de rêves chez les Autochtones témoigne-t-elle d'une dynamique de renouveau culturel comprenant des dimensions d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité ?*

Puis, le cadre d'analyse a permis de présenter les postulats choisis pour répondre à cette question, de spécifier les concepts clés de cette recherche et d'en définir les questions spécifiques. Nous avons ainsi choisi d'abord le tourisme comme un système tripartite dans lequel les touristes, le secteur touristique et la population locale sont appréhendés en tant qu'acteurs. La notion de touristification a quant à elle, été envisagée en tant que *processus* où s'opèrent des négociations stratégiques avec la tradition, notamment la construction de *liens au passé* et l'attribution d'*authenticité*, qui visent à répondre à des *enjeux* nouveaux occasionnés par ce contexte de renouveau culturel. Enfin, il a été établi que la notion d'authenticité représentait pour cette recherche un médium servant à mettre en lumière les modalités de ces négociations et non une finalité.

Par la suite, notre démarche méthodologique a été précisée. Parce qu'elle permet d'accéder à l'univers symbolique des groupes étudiés, nous avons opté pour l'entrevue semi-dirigée. Au total 27 entrevues ont été réalisées, dont 8 avec des travailleurs touristiques autochtones, 6 avec des habitants hurons-wendat de Wendake et 13 avec des

touristes. Nous avons également eu recours à des observations et à de l'analyse documentaire.

Enfin, ont été présentés les résultats de cette enquête et leur interprétation. Or, il nous apparaît que ces cadres d'analyse et de méthode se sont avérés pertinents et utiles à la compréhension du phénomène à l'étude et donc à la rencontre de nos objectifs de recherche.

Le phénomène de touristification du capteur de rêves à Wendake répond effectivement à un processus, un processus spontané dans lequel, à plus d'un titre, le secteur touristique, les Amérindiens et les touristes sont tous les trois acteurs. Ce sont des Amérindiens qui sont à l'origine de l'apparition du capteur de rêves dans la Province canadienne francophone, mais c'est le secteur touristique autochtone qui en a fait un produit touristique et, ce, en réponse à une demande de la part des non-Autochtones, en particulier des touristes. C'est également au travers d'un processus que le capteur de rêves a été paré de liens au passé. Ce sont sur ces derniers que s'est en partie fondée son authenticité. Une authenticité, qui en la légitimant, confère à sa touristification une efficacité symbolique au regard des enjeux modernes auxquels elle répond. Ces enjeux sont pluriels, à la fois économiques, sociaux, culturels et politiques, et ne sont pas perçus par tous de la même manière au sein du secteur touristique et de la population locale autochtones. La raison est que le sens donné au développement touristique n'est pas le même pour tous, d'une part, et que tous n'entretiennent pas le même rapport à cet objet, d'autre part. Bien que la mise en tourisme du capteur de rêves et les modalités de

celle-ci - notamment en matière d'authenticité et d'utilité socioculturelle - suscitent des opinions divergentes au sein de la communauté, celle-ci y semble dans l'ensemble plutôt favorable. L'existence d'une concurrence non-autochtone et l'enjeu économique semblent en être les raisons principales. Toujours au travers d'un processus, qui relève de l'ordinaire et dans lequel l'imaginaire a joué un rôle, la touristification du capteur de rêves a favorisé et influencé la réappropriation symbolique de l'objet au sein du groupe. Cet objet, hier étranger à la culture huronne-wendat, est aujourd'hui à la fois un objet spirituel qui concrétise un retour à la pensée amérindienne, un objet de décoration qui matérialise une fierté identitaire retrouvée, un emblème qui sert à revendiquer un lien d'appartenance et aussi, à donner de la visibilité à la minorité autochtone dans la société et, enfin, il est également un produit touristique qui contribue à un développement économique et à une revalorisation culturelle interne et externe. En somme, tant dans ses fondements que dans ses enjeux et ses retombées, la touristification du capteur de rêves à Wendake témoigne d'un renouveau culturel où s'entremêlent de l'affirmation identitaire et de l'intégration à la modernité.

Les touristes, étrangers et québécois, participent à ce renouveau culturel, en tant qu'acteurs et en tant que spectateurs. En tant qu'acteurs, puisque leurs attentes influencent l'élaboration de l'offre et la construction des critères d'authenticité des produits. En tant que spectateurs, car leur intérêt représente pour les Amérindiens une source de revalorisation culturelle et un moyen de faire revenir les jeunes vers la culture. Mais, dès lors que leurs représentations des cultures amérindiennes - sur lesquelles se fondent leurs attentes touristiques - sont construites à partir de la

dialectique tradition-survivance culturelle versus modernité-perte culturelle, la façon dont le produit « capteur de rêves » leur est proposé détermine en grande partie, leur façon d'interpréter le sens de cette offre. Prisonniers de leur cadre de lecture et de son ethnocentrisme, de ce renouveau culturel dont ce produit témoigne et auquel il contribue, ils perçoivent essentiellement la dimension d'intégration à la modernité. En outre, du rôle qu'ils y jouent, ils ne décodent que l'aspect financier. Au cœur de la rencontre touristique entre Amérindiens et touristes se trament ainsi de part et d'autre des jeux de regards sur Soi et sur l'Autre qui sont chargés d'attentes. Et il semblerait que lorsque cette rencontre s'articule autour et au travers du capteur de rêves, ces regards se croisent plus souvent qu'ils ne se rencontrent.

Ce qui frappe dans le développement touristique du capteur de rêves à Wendake, c'est la prégnance de ces forces d'affirmation identitaire et d'intégration à la modernité. Elles sont omniprésentes dans tous les aspects de ce phénomène et tous les discours qu'il suscite. Mais si elles coexistent et même se coproduisent, il arrive également qu'elles soient mises en tension. D'un côté, l'adoption des logiques de l'économie moderne incite à l'adaptation de l'offre à la demande, d'un autre, le « retour aux sources » exige l'égalité à soi-même. Cette dualité s'exprime notamment dans les modalités de construction de l'authenticité des produits touristiques. Leurs critères sont construits, en partie, à partir d'une dialectique similaire à celle dont les touristes font usage, où s'oppose tradition et modernité, en partie en fonction de la demande qui définit ses propres critères et de la concurrence extérieure qui - faisant pression -

occasionne des accommodements. Et, autour de ces différents régimes d'attribution d'authenticité s'articulent des divergences d'opinions en matière de développement touristique à Wendake. Faut-il faire prévaloir l'enjeu économique ou les enjeux socioculturels ? Cette recherche démontre qu'en matière de tourisme ethnoculturel, une intention purement économique peut déboucher sur des retombées socioculturelles positives. Mais elle révèle aussi que ces retombées - à l'image du phénomène étudié - résultent d'une combinaison d'un grand nombre de facteurs, à la fois propres à l'univers autochtone, à celui huron-wendat de Wendake, à celui non-autochtone, au capteur de rêves en soi, et également au phénomène touristique. En outre, c'est par le biais de négociations avec la tradition, qui échappent à tout contrôle, que ces retombées sont efficaces. Dans cette perspective, trouver et maintenir un équilibre entre ces deux forces d'une même mouvance et les enjeux qu'elles recouvrent apparaît difficile, mais néanmoins nécessaire à un développement touristique autochtone harmonieux et conforme à ses intentions premières.

Une telle quête d'équilibre entre profits financiers et retombées socioculturelles est d'autant plus difficile lorsqu'il n'y a pas de consensus sur les enjeux que représente le tourisme. Des pistes de réflexions et d'actions pourraient alors être envisagées. Traiter la thématique de ces enjeux dans les formations techniques au tourisme pourrait en favoriser une meilleure prise en compte dans l'élaboration de l'offre. Ce thème a donné lieu à un vaste corpus de connaissances en sciences humaines et sociales. Celles-ci recèlent une richesse qui pourrait permettre d'éviter de reproduire des erreurs passées et s'avérer utile à l'élaboration de politiques touristiques mieux adaptées aux objectifs

visés. Décloisonner les connaissances et les rendre accessibles aux acteurs du secteur nous semblent être des pistes à considérer. C'est d'ailleurs dans cette perspective qu'un effort de vulgarisation a été tenté dans ce texte. Par ailleurs, la tenue de concertations réunissant des décideurs du secteur touristique et des membres de la communauté pourrait permettre une plus grande implication de la population au développement touristique. A ces difficultés s'ajoute celle provoquée par le profond décalage entre la demande et la réalité à offrir. L'élaboration de produits touristiques mettant en valeur des éléments contemporains des cultures amérindiennes ne serait-elle pas, à plus d'un titre, profitable aux Autochtones, ainsi qu'aux touristes ?

Dans l'univers autochtone au Québec, tout se passe comme si seuls les éléments culturels traditionnels étaient perçus comme « touristifiables », comme susceptibles d'intéresser les touristes. Force est de constater qu'effectivement les touristes sont en quête du folklore amérindien. Néanmoins, nous avons à maintes reprises remarqué que certains aspects contemporains des cultures amérindiennes pouvaient les interpeler. Par exemple, le fait que les Amérindiens soient férus de country - la musique des cow-boys par excellence et qui sont dans l'imaginaire collectif les ennemis jurés des Indiens - les amuse et les fascine beaucoup. Encore faut-il qu'ils soient amenés à le découvrir...

De notre point de vue, mettre davantage en valeur des éléments culturels contemporains enrichirait l'offre touristique et élargirait sûrement la compréhension des touristes de la réalité amérindienne. Peut-être même, cela permettrait de palier quelque peu à cette déception qui peut les envahir à son contact. Ils auraient l'occasion de découvrir que ces cultures ne sont ni mortes, ni mourantes, mais, bien au contraire, en

plein renouveau. Valoriser par le biais touristique ce patrimoine culturel contribuerait peut-être également à apaiser le rapport que les Amérindiens entretiennent avec leur modernité. Celui-ci semble en effet chargé d'ambivalence et à plus d'un titre, il est source de tensions individuelles et collectives au sein de l'univers autochtone. La modernité est à la fois énoncée comme une source de pertes culturelles et revendiquée avec fierté comme intégrée. En montrant que l'authenticité culturelle, loin d'être une propriété intrinsèque, émane en réalité d'un *rapport* à la tradition et que ni ce rapport ni la tradition ne sont figés, cette recherche invite - nous l'espérons - à penser la culture et l'identité huronne-wendat au-delà du patrimoine matériel et d'une dualité entre tradition-passé et modernité-avenir.

Le capteur de rêves est un beau produit touristique. Tout en lui attire et fascine petits et grands et, souhaitons-le, pour encore longtemps. L'un¹ des travailleurs touristiques de cette enquête l'a comparé à la tour Eiffel et son cortège de tours miniatures et de porte-clés. « C'est peut-être comme la tour Eiffel pour Paris, c'est quelque chose qui est beau, pas forcément dispendieux, il est facile à traîner, puis qui se donne facilement en cadeau », nous a-t-il dit. Le capteur de rêves serait-il au tourisme amérindien, ce que la tour Eiffel est au tourisme parisien...?! Une chose est sûre : réduire sa visite de Wendake à l'achat d'un capteur de rêves dans une boutique, ou celle de Paris à l'admiration de la Tour Eiffel, c'est se priver de biens des richesses culturelles et humaines que des chemins de traverses en ces lieux ont à offrir.

1 Entrevue 1, décembre 2008.

Références

- Affaires Indiennes et du Nord Canada. (1996). *Rapport de la commission royale sur les peuples autochtones*. Document consulté le 2 janvier 2008, source : http://www.collectionscanada.gc.ca/webarchives/20071115211319/http://www.ainc-inac.gc.ca/ch/rcap/sg/sgmm_f.html
- Affergan, F. (1987a²). *Exotisme et altérité. Essai sur les fondements d'une critique de l'anthropologie*. Paris: Presses universitaires de France.
- Amirou, R. (1995). *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*. Paris: Presses universitaires de France.
- ATTC (Aboriginal Tourism Team Canada), (2003). *Aboriginal tourism in Canada. Part 1. Economic Impact Analysis*. Rapport final préparé par Bearing Point and Goss Gilroy inc. Canada : National Study of the Aboriginal Tourism industry Canada.
- Babadzan, A. (2004). L'«Invention des traditions» et l'ethnologie : bilan critique. Dans Dimitrijevic, D. (dir), *Fabrication de traditions, invention de modernité*, (pp. 313-325). France: Maison des sciences de l'homme.
- Black, J. (1999). *Dream catchers: Myths and History*. New York: A Firefly Book.
- Boorstin, D. (1964). *The image : A Guide to Pseudo-Events in America*. New York : Harper and Row.
- Boyer, M. (1996). *L'invention du tourisme*. Paris: Gallimard.
- Boyer, P. (1986). Tradition et vérité. *L'Homme*, n° spécial 97-98, 347-370.
- Bousquet, M.-P. (2008). Tourisme, patrimoine et culture, ou que montrer de soi-même aux autres : Deux exemples anicinabek (algonquins) au Québec. Dans Iankova, K. (dir.), *Le tourisme indigène en Amérique du Nord*, (pp. 17-42). Paris : L'Harmattan.
- Candou, J. (2004). "Invention" et intention de la tradition : un point de vue naturaliste. Dans Dimitrijevic, D. (dir), *Fabrication de traditions, invention de modernité*, (pp. 289-304). France: Maison de sciences de l'homme.
- Chaumel, G. (1998). La conférence sur le tourisme autochtone québécois: une rencontre historique ?. *Téoros*, Vol. 17, n°2, 31-32.

- Chevrier, B. (2004). La spécification de la problématique. Dans Gauthier, B. (dir.), *Recherche sociale : De la problématique à la collecte des données*, (4e éd.), (pp. 51-84). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Christin, R. (2006). Le tourisme entre simulacre et standardisation. Dans Frut, J.-M. & Michel, F. (dir.), *Tourismes & Identités*, (pp. 79-90). France : L'Harmattan.
- Cohen, E. (1979). A Phenomeology of Tourist Experiences. *Sociology*, n°13, 179-201.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism, *Annals of Tourism Research*, n°15, 371-386.
- Delâge, D. (1996). Les Hurons de Lorette dans leur contexte historique en 1760. Dans Vaugois, D. (dir.), *Les Hurons de Lorette*, (pp. 96-131). Québec: Septentrion.
- Deslile, M.A., (1998). Offre et demande: un pont à consolider. *Téoros*, Vol.17, n°2, 5-12.
- Deslauriers, J.-P. & Kérisit, M. (1997). Le devis de recherche qualitative. Dans Poupart et al. (éd.). *Recherche épistémologiques et méthodologiques*, (pp. 85-111). Montréal : Gaétan Morin.
- Dimitrijevic, D. (2004). Introduction. Dans Dimitrijevic, D. (dir.), *Fabrication de traditions, invention de modernité*, (pp. 9-20). France: Maison de sciences de l'homme.
- Expressions, (2002). *Les artistes autochtones au Canada: Aperçu statistique*. Canada: Patrimoine canadien.
- Douaire-Marsaudon, F. (2002/2003). L'invention de la tradition, la construction du lien au passé et l'ancrage dans l'histoire. *Cahier des thèmes transversaux ArScan*, cahier 4, thème 5 « culture et identité ». Document récupéré le 28 septembre 2007, source:http://www.mae.uparis10.fr/Cahiers/FMProdb=cahiers.fp5&format=detailfasc.htm&-lay=cahiers&Theme=Th%E8me%205*&-recid=33068&-ind=
- Dudemaine, A. (1998). Tourisme culturel: faux dilemmes et vraies questions. *Téoros*, Vol. 17, n°2, 17-19.
- Dumazedier, J. (1962). *Vers une civilisation du loisir ?* Paris : Editions du Seuil.
- Fallarreau, J.-C. (1996). Les Hurons de Lorette. Dans Vaugois, D. (dir.), *Les Hurons de Lorette*, (pp. 62-79). Québec: Septentrion.

- Gauthier, J. (2004). *Tourisme, authenticité et appropriation spacio-culturelle chez les Abénakis d'Odanak*. Mémoire de maîtrise inédit, Université du Québec à Montréal.
- Gauthier, B. (2004). La structure de la preuve. Dans Gauthier, B. (dir.), *Recherche sociale : De la problématique à la collecte des données*, (4e éd.), (pp. 129-158). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Gérin, L. (1996). Le Huron de Lorette. Dans Vaugeois, D. (dir.), *Les Hurons de Lorette*, (pp. 20-61). Québec: Septentrion.
- Hanson, A. (1989). The making of the Maori: Culture invention and its logics. *American Anthropologist*, Vol. 91, n°4, 890-902.
- Hébert, P. (2008). Le tourisme ethnoculturel peut-il être un moteur de développement socioculturel durable pour les communautés amérindiennes du Québec? Les cas d'Odanak et de Mashteuiatsh. Dans Iankova, K. (dir.), *Le tourisme indigène en Amérique du Nord*, (pp. 69- 96). Paris: L'Harmattan.
- Hobsbawm, E. & Ranger, T. (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobsbawm, E. (1990). *Nations and Nationalism : program, myth, reality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Iankova, K. (2006). Le tourisme et le développement économique des communautés autochtone du Québec. *Recherches Amérindiennes au Québec*, Vol. XXXVI, n°1, 69-78.
- Iankova, K. (2007). *Le tourisme autochtone en milieu urbain: le cas de Wendake, une communauté amérindienne au Québec*. Thèse de doctorat inédite en Etude Urbaine, Université de Montréal.
- Iankova, K. (2008). Authenticité du produit touristique à Wendake, une destination amérindienne urbain au Québec. Dans Iankova, K. (dir.), *Le tourisme indigène en Amérique du Nord*, (pp. 97-114). Paris : L'Harmattan.
- Jaenen, C. (1996). Rapport historique sur la Nation huronne-wendat. Dans Vaugeois, D. (dir.), *Les Hurons de Lorette*, (pp. 160-253). Québec: Septentrion.
- Lanfant, M.-F. (1994). Identité, Mémoire, Patrimoine et « touritification » de nos sociétés. *Sociétés*, n°46, 433-439.

- Laplane, M. (1996). *L'expérience touristique contemporaine : fondements sociaux et culturels*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Lemenestrel, S. (2004). Du bon usage des «bons temps»: la mise en scène touristique des festivals cadiens en Louisiane. Dans Dimitrijevic, D. (dir), *Fabrication de traditions, invention de modernité*, (pp. 199-212). France: Maison des sciences de l'Homme.
- Lenclud, G. (1987). La tradition n'est plus ce qu'elle était...Sur la notion de « tradition » et de « société traditionnelle » en ethnologie. *Terrain*, n° 9, 110-123. Document récupéré le 18 octobre 2007, source : <http://terrain.revues.org/document3195.html>.
- Lepage, P. (2005). *Mythes et Réalités sur les peuples autochtones*. Québec: Commission des droits de la personne et des droits de la jeunesse.
- Lequin, M. (2003). *Le tourisme autochtone au Québec*. Document inédit, Université du Québec à Trois-Rivières.
- Lesoeurs, G. (2004). Capture mon rêve, Mère Araignée, tradition de l'attrape-rêve et fonction du rêve chez les Amérindiens du Nord. *L'Autre*, Vol. 5, n°1, 31-46.
- Linnekin, J. (1991). Cultural Invention and the Dilemma of Authenticity. *American Anthropologist*, n°93, 446-448.
- Lopez-Gonzalez, B. & Matthews, L. (1991). *Le développement du tourisme en territoire autochtone: étude-bilan*. Québec : Institut de formation autochtone de Québec.
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings, *American Journal of Sociology*, Vol. 79, n°3, 589-603.
- Maligne, O. (2006). *Les nouveaux indiens : une ethnographie du mouvement indianophile*. Québec: Les Presses de l'université Laval.
- Michaud, J. (2001). Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes. *Anthropologie et société*, vol. 25, n°2, 15-33. Document récupéré le 2 septembre 2008, source : <http://www.erudit.org/revue/AS/2001/v25/n2/000231ar.html>.
- Michel, F. (2000). *Désirs d'ailleurs*. France: Armand Collin.
- Michel, F. (2004). *Désirs d'Ailleurs. Essai d'anthropologie des voyages*. Québec: Les Presses de l'Université Laval.

- Michel, F. (2006). Le tourisme face à la menace de folklorisation des cultures. Dans Frut, J.-M. & Michel, F. (dir.). *Tourismes & Identités*, (pp. 45-78). France : L'Harmattan.
- Michel, F. & Furt, J.-M. (2006). Présentation : Tourismes vs Identités ? Dans Frut, J.-M. & Michel, F. (dir.). *Tourismes & Identités*, (pp. 7-11). France : L'Harmattan.
- Nash, D. (1977). Tourism as a Form of Imperialism. Dans Smith, V.-L. (dir.). *Hosts and guests. The Anthropology of Tourism*, (pp. 33-47). Philadelphia : University of Pennsylvania Press.
- Nash, D. (1978). An Anthropological Approach to Tourism. Dans Smith, V.-L. (dir.) *Tourism and Economic Change : Studies in Third World Societies*, n°6, 133-152. Williamsburg : William and Mary Press.
- Nash, D. (1981). Tourism as an Anthropological Subject. *Current Anthropology*, Vol.22, n°5, 461-481.
- Noël, M. & Morisset, L.K. (1998). L'industrie touristique autochtone en plein essor. *Téoros*, Vol.17, n°2, 3-4.
- Réau, B. & Poupeau, F. (2007). L'enchantement du monde touristique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol.5, n°170, 4-13.
- Reisinger, Y. & Steiner, C.J. (2006). Reconceptualizing Object Authenticity, *Annals of Tourism Research*, n°33, 65-86.
- Sabourin, P. (2004). L'analyse de contenu. Dans Gauthier, B. (dir.), *Recherche sociale: De la problématique à la collecte des données*, (4e éd.), (pp. 51-84). Québec: Presse de l'Université du Québec.
- Sarrasin, R. (1998). L'enseignement du français et en français en milieu amérindien au Québec : une problématique ethnopédagogique. *Revue canadienne de linguistique appliquée*, Vol. 1, 107-125.
- Savoie-Zaïc, L. (2004). L'entrevue semi-dirigée. Dans Gauthier, B. (dir.), *Recherche sociale: De la problématique à la collecte des données*, (4e éd.), (pp. 293-316). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Staq, (2006). *Les autochtones du Québec: guide touristique 2006*. Québec : Staq.
- Staq, (2008-2009). *Les autochtones du Québec : guide touristique officiel*. Québec : Staq.

- Staq, (2009-2010). *Les autochtones du Québec: guide touristique officiel*. Québec : Staq.
- Statistique Canada, (2002). *Recensement 2001. Peuples autochtones du Canada*. Document consulté le 15 février 2010, source : <http://www12.statcan.ca/francais/census01/Products/standard/themes/Data/Products.cfm?1&T=45&ALEVEL=2&FREE=0>
- Strauss, A., & Cobin, J. (2004). *Les fondements de la recherche qualitative*. Fribourg : Academic Press Fribourg.
- Taylor, J. P. (2001). Authenticity and Sincerity in Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol.28, n°1, 7-26.
- Thierry, A. (2000). *État des lieux des travaux relevant de l'anthropologie du tourisme. Vol 1 : rapport de synthèse, bibliographie*. France : Ministère de la Culture, mission du Patrimoine ethnologique.
- Tourisme Québec, (1998). *Le tourisme autochtone au Québec en 1998*. Rapport présenté par Gestion Conseil, J.-P. Corbeil inc.
- Trigger, B. (1991). *Les enfants d'Aataentsic: l'histoire du peuple huron*. Montréal : Libre Expression.
- Trudel, M. (1996). Les Hurons et Murray en 1760. Dans Vaugois, D. (dir.), *Les Hurons de Lorette*, (pp. 132- 159). Québec: Septentrion.
- Turcotte, P.A., (2004). Entre tradition et modernité, consentir aux défis de l'histoire. *Revue d'éthique et de théologie morale*, n°228, 309-318.
- Urbain, J.D. (1991). *L'idiot du voyage*. Paris: Plon.
- Urbain, J.D. (1998). Entretien avec Jean-Didier Urbain. Dans Michel, F. (dir.), *Tourismes, touristes, sociétés*, (pp. 359-368). France: L'Harmattan.
- Valaskakis, G. G. (2005). Les pensionnats indiens, souvenir et réconciliation. Dans Labelle, M., Leroux, G. & Antonius, R. (dir.). *Le devoir de mémoire et les politiques du pardon*, (pp. 101-126). Québec : Presse Universitaire du Québec.
- Vincent, M. (1995). *La Nation Huronne : son Histoire, sa Culture, son Esprit*. Québec: Septentrion.
- Vincent, S. (1986). De la nécessité des clôtures. Réflexion libre sur la marginalisation des amérindiens. *Anthropologie et sociétés*, Vol. 10, no2, 75-83.

- Weber, M. (1956). *Économie et société 1 : Les catégories de la sociologie*. France: Plon.
- Wong, N. (1999). Rethinking Authenticity in Tourism Expérience, *Annals of Tourism Research*, n°26, 349-370

Annexe
Liste des participants

Liste des participants

Travailleurs touristiques

- Entrevue 1 : Un amérindien, non-huron, la trentaine, responsable de la commercialisation et de la promotion de produits touristiques autochtones, durée: 60".
- Entrevue 2 : Huron, la cinquantaine, propriétaire et gérant huron d'un site touristique autochtone qui propose notamment des ateliers de confection de capteurs de rêves ou de colliers totémiques : 55".
- Entrevue 3 : Huron, la quarantaine, artisan qui fabrique des capteurs de rêves et propriétaire d'une boutique d'artisanat autochtone : 40".
- Entrevue 4 : Amérindienne, la cinquantaine, guide-interprète dans un site touristique autochtone, animatrice d'atelier de confection de capteurs de rêves : 26".
- Entrevue 5 : Québécoise, la quarantaine, gérante d'une boutique d'artisanat : 24".
- Entrevue 6 : Huron, la quarantaine, ancien gérant de site touristique autochtone qui proposait notamment des ateliers de capteurs de rêves : 15".
- Entrevue 7 : Huronne, la soixantaine, artisane fabriquant des capteurs de rêves : 10".
- Entrevue 8 : Amérindienne, la trentaine, guide-interprète au Musée de la Nation à Wendake et ancienne guide-interprète au site OnhoüA Chetek8e : 20".

Population locale

- Entrevue 9 : Huron, la cinquantaine, résidant à Wendake : 35"
- Entrevue 10: Huron, la quarantaine, résidant à Wendake : 43".
- Entrevue 11 : Huron, la quarantaine, résidant à Wendake : 22"
- Entrevue 12 : Huron, la vingtaine, résidant à Wendake : 20".
- Entrevue 13 : Huronne, la quarantaine, résidant à Wendake : 21".
- Entrevue 14 : Huron, la quarantaine, résidant à Wendake : 25".

Touristes

- Entrevue 15 : Française, la cinquantaine, visite du site touristique éloigné: 15".
- Entrevue 16 : Française, la trentaine, visite du site touristique éloigné: 10".
- Entrevue 17 : Québécoise, la quarantaine, visite du site éloigné : 10".
- Entrevue 18 : Canadien anglophone, la quarantaine, visite du site éloigné : 11"
- Entrevue 19 : Français, la vingtaine, visite libre de Wendake : 6".
- Entrevue 20 : Française, la vingtaine visite libre de Wendake : 8".
- Entrevue 21 : Québécois, la soixantaine, visite guidée du musée : 7".
- Entrevue 22 : Québécois, la trentaine, visite guidée du musée : 5".
- Entrevue 23 : Français, la soixantaine, résidant au Québec, visite guidée du musée : 8".
- Entrevue 24 : Français, la trentaine, visite guidée au site OnhoüA Chetek8e : 2"
- Entrevue 25 : Française, la trentaine, visite guidée du site OnhoüA Chetek8e : 2".
- Entrevue 26 : Français, la trentaine, visite guidée du site OnhoüA Chetek8e : 5".
- Entrevue 27 : Français, la quarantaine, visite guidée du site OnhoüA Chetek8e : 3".